MASTER
NEGATIVE
NO. 94-82126-6

COPYRIGHT STATEMENT

The copyright law of the United States (Title 17, United States Code) governs the making of photocopies or other reproductions of copyrighted materials including foreign works under certain conditions. In addition, the United States extends protection to foreign works by means of various international conventions, bilateral agreements, and proclamations.

Under certain conditions specified in the law, libraries and archives are authorized to furnish a photocopy or other reproduction. One of these specified conditions is that the photocopy or reproduction is not to be "used for any purpose other than private study, scholarship, or research." If a user makes a request for, or later uses, a photocopy or reproduction for purposes in excess of "fair use," that user may be liable for copyright infringement.

The Columbia University Libraries reserve the right to refuse to accept a copying order if, in its judgement, fulfillment of the order would involve violation of the copyright law.

Author:
Kublanck, Fritz

Title:
Die interessenvertretung des deutschen...

Place:
Jena

Date:
1930

94-82126-6
MASTER NEGATIVE #

COLUMBIA UNIVERSITY LIBRARIES
PRESERVATION DIVISION

BIBLIOGRAPHIC MICROFORM TARGET

ORIGINAL MATERIAL AS FILMED - EXISTING BIBLIOGRAPHIC RECORD

BOSINGER
254.5
K95 Kublanck, Fritz, 1903-
Die interessenvertretung des deutschen einzelhandels ... von ... Fritz Kublanck ... Jena, Neuenhahn, 1930.
84 p. 21 cm.

Thesis, Jena.
Bibliography: p. [85]

RESTRICTIONS ON USE:

TECHNICAL MICROFORM DATA

FILM SIZE: 35mm REDUCTION RATIO: 12x IMAGE PLACEMENT: IA (IIA) IB IIB

DATE FILMED: 6/14/94 INITIALS: W.W

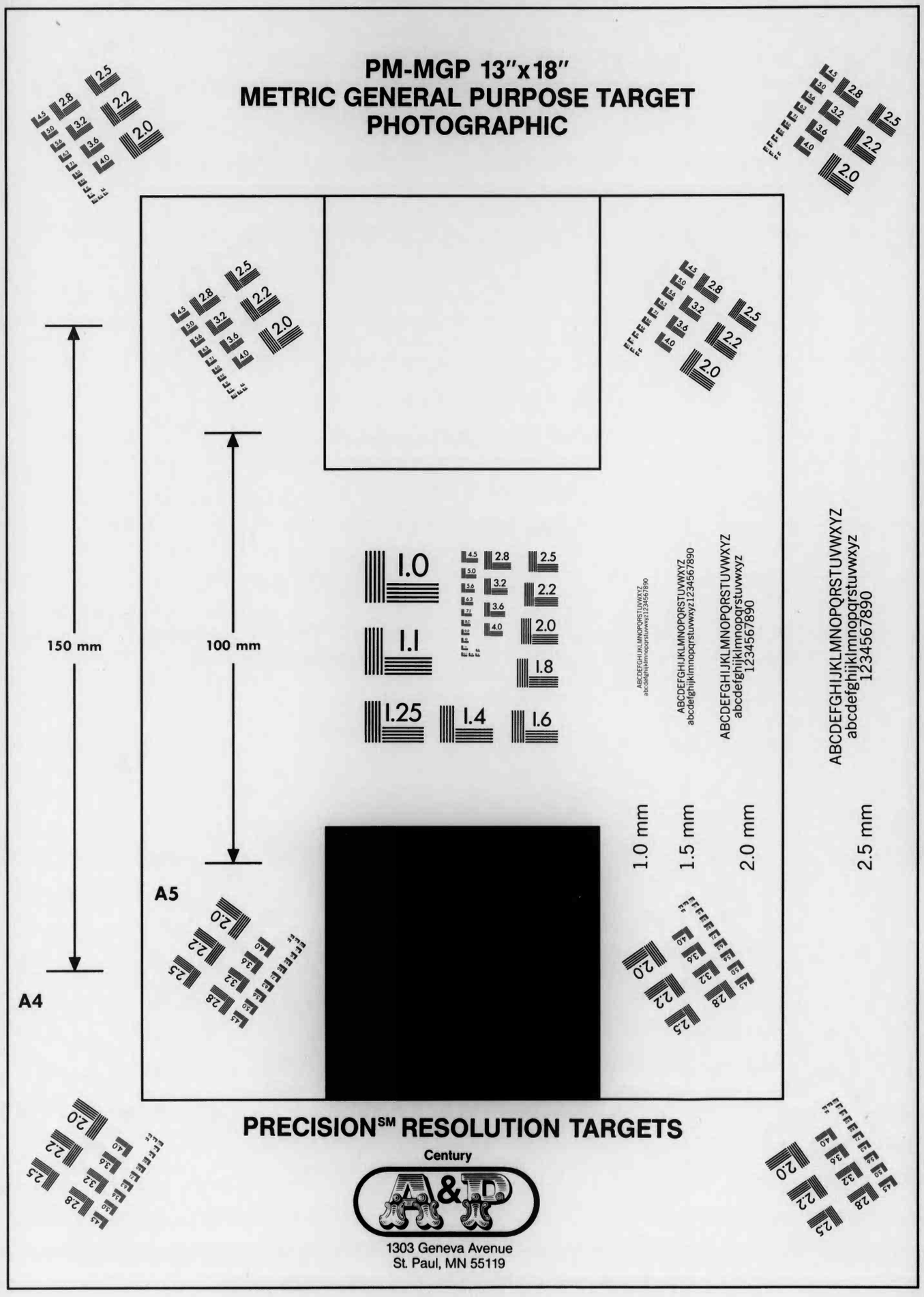
TRACKING # : MSH 01558

FILMED BY PRESERVATION RESOURCES, BETHLEHEM, PA.

2.0 mm ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

1.5 mm ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

PM-MGP 13″x18″
METRIC GENERAL PURPOSE TARGET
PHOTOGRAPHIC



PRECISION℠ RESOLUTION TARGETS

Century

1303 Geneva Avenue
St. Paul, MN 55119

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

4.5 mm

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Die
interessenvertretung
des deutschen
einzelhandels.

Kublanck.

D254.5 K95
Columbia University
in the City of New York
LIBRARY

School of Business

DAMAGED PAGE(S)

Univ. Exchange DEC 31 1931

SCHOOL OF BUSINESS LIBRARY

Die Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung der juristischen Doktorwürde
einer Hohen Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät
der Universität Jena

vorgelegt von

Diplomvolkswirt
Fritz Kublanck
aus Weimar

Jena 1930

Universitäts-Buchdruckerei G. Neuenhahn, G.m.b.H., Jena

Bm
254.5

Gedruckt mit Genehmigung der Rechts- und Wirtschafts-
wissenschaftlichen Fakultät der Universität Jena.

Gutachter: Professor Dr. v. Dietze.

Jena, 19. Dezember 1929.

Professor Dr. Pape,
dz. Dekan.

COLUMBIA
UNIVERSITY
LIBRARY

D254.5
K95

Jan. 27, 1932 DA/HEa
Feb 5 " GSP

Meinen lieben Eltern
in Dankbarkeit und Verehrung

Inhaltsverzeichnis.

I. Die Zugehörigkeit zur Interessenvertretung des Einzelhandels 7
1. Begriff und Funktion des „Einzelhandels“ 7
2. Der Name „Einzelhandel“ 9
3. Die Zugehörigkeit zum „Einzelhandel“ 10
a) Allgemeine Zugehörigkeit 10
b) Spezielle Zugehörigkeit 11
aa) Reine Einzelhandelsbetriebe 11
bb) Die Konsumgenossenschaft 14
cc) Einzelhandeltreibendes Handwerk 15
dd) Das Wanderunternehmen 16
ee) Das Versandgeschäft 17
II. Die Entwicklung der Interessenvertretung des Einzelhandels 18
1. Der Fachverband 19
2. Der Zweckverband 22
3. Die Spitzenorganisation 26
III. Der heutige Stand der Interessenvertretung als ein Zeichen der Organisationsnotwendigkeit für den Einzelhandel 28
1. Die wirtschaftliche Lage im Einzelhandel als Voraussetzung für die Ausbreitung des Organisationswesens 29
a) Die Kriegszeit 29
b) Die Inflationszeit 30
c) Die Nachinflationszeit 32
2. Der heutige Stand des Organisationswesens 33
a) Der organisatorische Aufbau 34
b) Die Stärke an Mitgliedern 36
c) Die Vermögenslage 39
IV. Die Aufgaben der Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels bei der gegenwärtigen Wirtschaftslage 41
1. Die Interessenvertretung als Kampforganisation 42
a) Allgemeine Aufgaben 42
b) Spezielle Arbeitsgebiete 43
aa) Allgemeine Wirtschaftspolitik 43
bb) Steuerpolitik 59
cc) Soziales Gebiet 61
2. Die Interessenvertretung als Reformorganisation 66
a) Erziehung zum Standesbewußtsein 67
b) Schulung für den Konkurrenzkampf 68
c) Regelung der Wettbewerbsverhältnisse 73
V. Die allgemeinen Ergebnisse der Interessenorganisation und ihre Bedeutung 77
1. Die Stellung der Interessenvertretung des Einzelhandels im gesamten deutschen Organisationswesen 78
2. Die Anerkennung und das Ansehen des deutschen Einzelhandels . . 80

I. Die Zugehörigkeit zur Interessenvertretung des Einzelhandels.

1. Begriff und Funktion des „Einzelhandels".

Bei dem Organisationsgedanken geht man von der Auffassung aus, daß man durch die Zusammenfassung einer großen Zahl gleichgerichteter Wirtschaftssubjekte und die dadurch bedingte gemeinsame Arbeit die Möglichkeit hat, wirksam für die eigenen Berufsinteressen einzutreten. Bei dem Einzelhandel bringt es zudem die Vielgestaltigkeit unseres Wirtschaftslebens mit sich, daß eine auf dieser Einstellung aufgebaute Interessenvertretung die Zugehörigkeit des Einzelunternehmers von der funktionellen Stellung seiner wirtschaftlichen Tätigkeit abhängig machen muß.

Begrifflich versteht man dabei heute unter „Einzelhandel" die Art von Handelstätigkeit,

> deren Aufgabe es ist, innerhalb der auf das System der Privatwirtschaft aufbauenden Wirtschaft, den Absatz von Waren an den Verbraucher im eigentlichen Sinne, den „letzten Verbraucher", zu besorgen.

Als Absatz bezeichnet man in diesem Zusammenhange den Warenausgang in der Form des Verkaufes. Denn es handelt sich hierbei um den laufenden Ausgang von Waren als Bestandteilen des Umsatzvermögens oder von Rechten an solchen bei gleichzeitigem oder späterem Eingang von Gegenwerten wie Geld oder Devisen [1]). Die Ware geht bei diesem Vorgang als Objekt aus der Verfügungsgewalt des Verkäufers in den Besitz des einzelnen Verbrauchers über, um ihm zur Deckung seines persönlichen Bedarfes zu dienen.

Die besondere Funktion des „Einzelhandels" innerhalb unserer heutigen Gesamtwirtschaft beruht dabei darauf, „die Verbindung mit jenem Käufer herzustellen, dem die angeschaffte Ware nicht mehr Mittel zu weiteren wirtschaftlichen Zwecken, sondern Selbstzweck im

---

1) Vgl. Prof. F. Findeisen, „Absatztheorie" i. d. Zeitschrift f. Betriebswirtschaft, Jahrg. 2, 1925, Heft 1 S. 3.

Rahmen seiner Lebensgestaltung ist“ [2]). Es handelt sich also hier um einen Vorgang, bei dem der „Einzelhandel“ „als letztes Glied im Prozeß der wirtschaftlichen Güterverteilung die Versorgung der Verbraucherschaft übernimmt“ [3]). Man geht hierbei davon aus, daß die Ware in der verkehrsteiligen Wirtschaft im allgemeinen eine Reihe von Stufen durchlaufen muß, ehe sie in die Hände des eigentlichen Verbrauchers gelangen kann, damit dieser sie ihrer Bestimmung als Ge- oder Verbrauchsgut zuführen kann. Auf die Art stellt sich aber dann die Verteilungsfunktion des „Einzelhandels“ innerhalb unserer kapitalistischen Wirtschaftsverfassung als ein Marktvorgang dar, wodurch der Einzelhandel dann selbst zu „einem Glied im Gesamtorganismus der marktlichen Tauschbeziehungen“ wird, und als Funktion „die Verteilung der produzierten Waren an die Letztverbraucher“ übernimmt [4]). Dabei ist der „Sinn des gesamten Tauschverkehrs, der durch die Hand des Einzelhandels geht, in einer möglichst zweckmäßigen Befriedigung kaufkräftiger wirtschaftlicher Bedürfnisse zu suchen“ [5]). Dies wird aber nur möglich sein durch weitgehendste Berücksichtigung der Wünsche der Konsumenten, obwohl es allerdings bei der Unstetigkeit der Nachfragerichtung häufig mit beträchtlichen Schwierigkeiten verknüpft sein wird. Dabei muß der Einzelhändler trotzdem „der Nachfrage dienen, wenn er verdienen will“ [6]). Es ist zwar nicht damit gemeint, daß „sich dieser Dienst als bloße Verbilligung der Ware, sondern als Dienst durch Anpassung der Warenangebote an den letztlich souveränen Willen der Käufer“ [7]) funktionell erweisen soll. Es liegt dabei in der Natur der ganzen Materie, daß die Erwerbsabsicht des Einzelhandels niemals insoweit überspannt werden darf, daß dadurch eine Beeinträchtigung der Verbraucherinteressen erfolgt. Vielmehr soll doch gerade sein Streben sein, die Bedarfsdeckung des einzelnen Verbrauchers durch die eigene

2) Lampe, Hdw. d. Stw., 4. Aufl., Bd. III, S. 497.
3) Köster i. „Deutsche Handelswarte“ 1929, S. 12.
4) Lampe, „Einzelhandel und Wissenschaft“ i. „Bad. Einzelhandel“, 31. Jahrg., Nr. 17, S. 275.
5) Lampe, „Einzelhandel und Wissenschaft“ i. „Bad. Einzelhandel“, 31. Jahrg., Nr. 17, S. 275.
6) Lampe, „Einzelhandel“, Jahresgabe 1928, Düsseldorf, S. 8.
7) Lampe, „Einzelhandel“, Jahresgabe 1928, Düsseldorf, S. 8.

Leistungsfähigkeit noch rationeller zu gestalten, als es ohne seine Tätigkeit möglich wäre.

2. Der Name „Einzelhandel“.

Die Ausübung der Einzelhandelsfunktion im Wirtschaftsleben hat durch ihre besondere Eigenart, auf die man nicht verzichten konnte und es wohl auch nicht wollte, schließlich mit dazu beigetragen, daß man die Bezeichnung für diese Funktion auch auf ihre Träger, die Unternehmer, als Standesbezeichnung zur Anwendung brachte. Auf die Art sind sowohl die Funktion „Einzelhandel“ wie der Name „Einzelhandel“ eng miteinander verknüpft.

Die Wahl des Namens „Einzelhandel“ hat dabei ihre eigene Geschichte, woher es wohl auch kommt, warum sich dieser Name teilweise noch nicht überall durchgesetzt hat. Häufig wußte man allerdings auch nicht, was man sich unter der Bezeichnung „Einzelhandel“ vorzustellen hatte. Der Ausdruck „Einzelhandel“ wurde aber s. Zt. als einheitliche Standesbezeichnung gewählt, weil die vorher üblichen Namen „Kleinhandel“ oder in Anlehnung an das französische „commerce en détail“: „Detailhandel“ nicht so prägnant den Kern der besonderen Eigenart der hierher gehörenden Unternehmungen zu treffen imstande waren. Denn diejenigen Betriebe, die den Warenabsatz an „letzte Verbraucher“ vermitteln, waren im Laufe der Zeit eine besondere Kategorie geworden. „Es wäre ja wohl auch nicht mehr sinngemäß gewesen, von Kleinhandel zu sprechen, wenn man die vielen großen Spezialgeschäfte bezeichnen wollte“ [8]).

Daher kommt es auch, warum dies bei der Wahl des Namens „Einzelhandel“ zum Ausdruck kommen mußte. Denn diese Art Handelstätigkeit besteht eben nicht in dem laufenden Absatz großer einheitlicher Warenmengen, sondern vielmehr in einem solchen von einzelnen Stücken an einzelne Kunden. Man fand also die Bezeichnung „Einzelhandel“, indem man die im Wirtschaftsleben berufsmäßig ausgeübte Funktion zur Grundlage der allgemeinen Stan-

8) Grünfeld a. a. O. S. 1.

desbezeichnung machte, ohne dabei etwa durch den Namen bis zu einem gewissen Grade ein Werturteil zu fällen [9]).

Zum ersten Male ist dieser in der Berliner Handelskammer geprägte Ausdruck „Einzelhandel" als öffentlicher Begriff einer Gesamthandelsvereinigung zur Anwendung gekommen, als beim Ausbau der Organisation des „Hansabundes" diesem im Jahre 1910 auch ein „Zentralausschuß für die Gesamtinteressen des Einzelhandels" eingegliedert wurde [10]).

3. Die Zugehörigkeit zum „Einzelhandel".

a) Allgemeine Zugehörigkeit.

Wenn man glaubt, daß danach die Zugehörigkeit zum Einzelhandel gleichbedeutend sei mit einem Anspruch auf Zugehörigkeit zu der freien Interessenvertretung des Einzelhandels, so ist dem entgegenzuhalten, daß dies nicht in allen Fällen zutrifft. Man muß vielmehr berücksichtigen, daß häufig gerade die funktionelle Struktur der einzelnen Betriebe nicht als maßgebendes Kennzeichen dafür betrachtet wird, ob ein Unternehmen als Mitglied in die Einzelhandelsorganisationen aufgenommen werden soll. Wenn hier auch der Grund vor allem darin zu suchen ist, daß in diesem Berufsstand mehr als sonst irgendwo die Interessengegensätze scharf aufeinander stoßen, so hat aber andererseits ein solches Vorgehen wesentlich mit dazu beigetragen, daß die Bezeichnung „Einzelhandel" keineswegs überall dort zur Anwendung gelangt, wo sie nach der wirtschaftlichen Eigenart der ausgeübten Absatzform hätte Verwendung finden müssen.

Denn man wird sich zu vergegenwärtigen haben, daß grundsätzlich jeder Betrieb als Einzelhandel angesehen werden muß, der innerhalb des Rahmens der auf dem System der Privatwirtschaft aufbauenden Wirtschaft Waren an „letzte Verbraucher" absetzt. Dies würde also im Gegensatz zu der in den Kreisen der in der maßgebenden Interessenvertetung des Einzelhandels herrschenden Auffassung

9) Eingehend sind die Gründe, die für die Wahl des Ausdrucks „Einzelhandel" ausschlaggebend gewesen sind, behandelt bei: Hch. Grünfeld, „Der Einzelhandel", Berlin 1922; Th. Esch, „Die Interessenvertretungen des Lebensmitteleinzelhandels".

10) Grünfeld a. a. O. S. 12.

auch auf die Betriebe zutreffen wie: Wanderhandel und Versandgeschäft. Denn auch hier vermittelt doch der Händler den Übergang der Ware in den Besitz des Konsumenten. Dieser Vorgang ist daher wirtschaftlich betrachtet ein reiner Marktvorgang, wie er sich täglich in den verschiedensten Formen als Folge der Vielgestaltigkeit unserer wirtschaftlichen Verhältnisse abspielt.

b) Spezielle Zugehörigkeit.

Im Gegensatz zu dieser Ansicht zieht man aber den Kreis der Zugehörigkeit zum Einzelhandel seitens der einzelhändlerischen Organisationen sehr eng und beschränkt sich fast ausschließlich auf die Betriebsarten, auf die das Merkmal eines „offenen Geschäftslokals" zutrifft. Aus diesem Grunde gebraucht man dafür auch oftmals kurz den Ausdruck „Ladenhandel", der dann diese Art von Trägern der Interessenvertretung scharf kennzeichnet und bestimmt. Entsprechend den tatsächlichen Verhältnissen ist man dabei so weit gegangen, daß man innerhalb des Organisationssystems des Einzelhandels heute die Bezeichnung „Einzelhandel" nur für die Betriebsarten zur Anwendung bringt, die darin vertreten sind, ohne etwa Rücksicht auf die tatsächlich ausgeübte Einzelhandelsfunktion zu nehmen.

aa) Reine Einzelhandelsgeschäfte.

Wenn nach dieser Auffassung eine Betriebsart dem Einzelhandel angehört und einen Anspruch darauf hat, seinem Organisationssystem angeschlossen zu sein, dann trifft dies für die Unternehmen zu, deren Warenabsatz an letzte Verbraucher sich als die Tätigkeit eines reinen Handelsbetriebes darstellt. Danach würde der Einzelhandelscharakter bei allen den Geschäften unbestritten vorliegen, die ihre Waren, ohne sie erst weiter vorher irgendwie be- oder verarbeiten zu lassen, zum Verkauf stellen. Inwieweit dabei Spezialisation der Lagerhaltung oder sonstige Umstände den Charakter des Unternehmens außerdem beeinflussen, bleibt dabei ohne besondere Bedeutung. Ebenso ist es, sobald an die Stelle einer Einzelpersönlichkeit als Besitzer des Betriebes eine Personengemeinschaft oder eine Kapitalgesellschaft tritt. Da sich jeder Einzelhandelsbetrieb doch in allen Fällen auf der kapi-

talistischen Wirtschaftsgesinnung aufbaut, wird das Unternehmen auch durch derartige Änderungen in seiner Struktur nicht beeinflußt.

Aus diesem Grunde gehört hierher auch das Warenhaus, hinsichtlich dessen Einzelhandelszugehörigkeit es sehr große Meinungsverschiedenheiten unter den Beteiligten gegeben hat. Denn es handelt sich bei der Frage, ob diese Art von Betrieben als Einzelhandel anzusehen ist oder nicht, keineswegs lediglich um die wirtschaftspolitische Eingliederung in den Güterverteilungsprozeß, sondern es ist dies die Vorfrage dazu, ob gemeinsame Interessen den übrigen Einzelhandel mit dieser Art Unternehmen verbindet. Gehört nämlich das Warenhaus mit zu dem Einzelhandel, dann hat es auch einen Anspruch darauf, in seiner Interessenorganisation mitvertreten zu sein. Ist daher die wirtschaftliche Struktur des Warenhauses so beschaffen, daß die Einzelhandelsfunktion als vorliegend anzusehen ist oder nicht? Wenn man daraufhin die Absatzvorgänge im Warenhaus betrachtet, so wird man zu der Überzeugung kommen müssen, daß hier dem Kunden rein funktionell der gleiche Dienst erwiesen wird wie von seiten des übrigen Einzelhandels. Denn schließlich sind die Warenhäuser doch lediglich eine besondere Betriebsform des Einzelhandels. Auch sie sind ja letzten Endes „innerhalb des Systems der auf Privateigentum aufbauenden Wirtschaft Warenvermittler an den letzten Verbraucher, tragen im Gegensatz zu den Konsumvereinen alle Steuerlasten mit und sind somit ein Bestandteil des Einzelhandels“ [11]). Außerdem ist zu berücksichtigen, daß das Warenhaus geradezu die typische Form solcher Einzelhandelsunternehmungen darstellt, deren Grundtendenz die Kombination möglichst vieler Warengruppen in einem Betriebe ist. Damit wird aber gerade der Einzelhandelscharakter des Warenhauses betont, denn es gibt ja hier keine strukturellen Unterschiede unter den einzelnen Betriebsformen des privatwirtschaftlich betriebenen Einzelhandels. überall sucht man doch durch die unmittelbare Berührung mit den letzten Verbrauchern deren Bezug von Mitteln zur Bedarfsdeckung so wirtschaftlich wie irgend möglich zu gestalten. Deshalb hat ja auch der Wunsch des kaufenden Publikums, bei seinen Einkäufen aus einem sehr reichhaltigen und einem

11) „Nordwestdeutsche Einzelhandels-Zeitung“, Nr. 3, vom 10. Februar 1929, S. 35.

sehr verschiedenartig zusammengesetzten Angebot auswählen zu dürfen, eigentlich erst zur Entstehung der „mannigfaltigen Einzelhandelsformen vom reinen Spezialgeschäft über das Bedarfsartikelgeschäft zum Kaufhaus und zum Warenhaus hin“ geführt [12]). Es ist also eine ganz natürliche Entwicklung, daß heute im Einzelhandel Betriebe in allen Variationen vorhanden sind, von denen strengster Spezialisation bis zu denen äußerster Kombination.

Wenn die letzteren sich heute zu Großbetrieben entwickelt haben und eine fühlbare Konkurrenz für viele Einzelhändler geworden sind, kann man sie aber trotzdem plötzlich nicht als Einzelhandel ablehnen. Zudem wäre es auch eine Inkonsequenz, den Einzelhandelscharakter der großen Spezialgeschäfte ohne weiteres als gegeben anzusehen und ihn bei einem Warenhaus von den gleichen Dimensionen zu leugnen. Man wird natürlich in dem Zusammenhang berücksichtigen müssen, warum der mittlere und kleinere Einzelhändler das Warenhaus als Nicht-Einzelhandel ansieht. Nach seiner Anschauung ist diese Betriebsart durch die Form ihres Wettbewerbs der erbittertste Feind seiner Existenz. Trotzdem müssen die Einzelhändler, solange sie durch die Ausübung ihrer Tätigkeit auf dem Boden der kapitalistischen Wirtschaftsverfassung stehen, auch die Schattenseiten des kapitalistischen Systems mit in Kauf nehmen und dort nicht inkonsequent werden, wo ihnen Nachteile erwachsen. Was allerdings verbesserungsbedürftig ist, soweit es sich um wirkliche Schäden handelt, soll später noch behandelt werden. Hier ist für uns nur die Feststellung wichtig, daß das Warenhaus auf Grund seiner wirtschaftlichen Struktur zum Einzelhandel gehört.

Zum Beweis dafür dürfte es angebracht erscheinen, einen Blick auf die Gemischtwarengeschäfte der kleinen und mittleren Landstädte zu werfen. Man kann hier häufig finden, daß es in diesen Orten Betriebe äußerster Kombination gibt, die aber als Ganzes genommen den Rahmen des Kleingeschäftes doch nicht überschreiten. In derartigen Geschäften sind alle Waren, die zur Deckung des täglichen Bedarfes gebraucht werden, zu haben: Kolonialwaren jeder

12) Lampe, Hdw. d. Stw., 4. Aufl., S. 499.

Art, Textilwaren, Haushaltungsgegenstände, Papierwaren, Glas und Porzellan u. a. m. Ist aber dann ein solches Einzelhandelsgeschäft nicht geradezu ein „Warenhaus en détail" zu nennen? Wenn aber hier der Einzelhandelscharakter derartiger Betriebe unbestritten ist, obwohl deren Konkurrenz für die anderen am Ort befindlichen Geschäfte doch ebenfalls sehr fühlbar wird, warum soll es dann in den Städten durchaus anders sein zwischen dem Warenhaus als Betriebsform des Einzelhandels und dem übrigen Einzelhandel?

bb) Die Konsumgenossenschaft.

Innerhalb der reinen Handelsgeschäfte, bei denen die Verbraucher ihren Bedarf decken, wäre als eine weitere Gruppe, deren Zugehörigkeit sehr bestritten ist, die der Konsumgenossenschaften zu nennen. Es würden hierunter alle die Verbrauchergenossenschaften fallen, deren Zweck die Warenversorgung ihrer Mitglieder ist und sie daher in ihrer Eigenschaft als „letzte Verbraucher" berührt. Die herrschende Meinung geht nun dahin, daß diese auf genossenschaftlicher Grundlage aufgebauten Wirtschaftsbetriebe, die die Waren für ihre Mitglieder gemeinsam beziehen und zur Verteilung bringen, kurz Konsumvereine genannt, nicht als Einzelhandel zu betrachten sind. Obwohl sie ebenfalls den Absatz an letzte Verbraucher vermitteln und man sie deshalb als Einzelhandel ansehen könnte, spricht doch ihre ganze innere Einstellung dagegen. Denn die Konsumgenossenschaften wollen doch gerade durch ihre Tätigkeit den privatwirtschaftlich gesinnten Einzelhändler ausschalten und den Warenbezug für ihre Mitglieder selbst durchführen, wobei sie sogar billiger sein wollen, als der reguläre Einzelhändler dazu in der Lage ist. Durch diese Kampfstellung der Verbrauchergenossenschaften gegenüber dem Einzelhandel ist eigentlich schon die Frage der Zugehörigkeit der konsumgenossenschaftlichen Betriebe zur Interessenvertretung des Einzelhandels entschieden. Außerdem aber fehlt den Konsumvereinen die innere Verbundenheit mit dem übrigen Einzelhandel, weil sie durch die Art, wie sie steuerlich herangezogen werden, eine ganz andere Einstellung zu dem allgemeinen Wirtschaftsgeschehen einnehmen müssen, als es der Einzelhandel kann.

cc) Einzelhandeltreibendes Handwerk.

Während für die Nichtzugehörigkeit der Konsumvereine zum Einzelhandel strukturelle Unterschiede maßgebend waren, so ist hingegen bei dem einzelhandeltreibenden Handwerk die Einstellung der einzelnen Organisationen entscheidend. Man spricht dabei von „einzelhandeltreibenden Handwerk" dann, sobald zu dem reinen Einzelhandelsunternehmen irgendein Nebenbetrieb hinzutritt. Die Auffassung der Verbände geht nun meist dahin, daß für einen organisatorischen Anschluß der Hauptcharakter des betreffenden Betriebes ausschlaggebend sein muß. Die gegenseitige Konkurrenz der großen Zusammenschlüsse des Einzelhandels und des Handwerks bringt es aber mit sich, daß gerade darüber die Meinungen in der Praxis sehr geteilt sind. Denn es fragt sich dann immer, sobald einem Handelsbetrieb ein Herstellungs- oder Bearbeitungsbetrieb angegliedert ist, ob in einem solchen Falle Einzelhandel oder Handwerk vorliegt. Wenn zur Entstehung von Meinungsverschiedenheiten darüber auch besonders die Inanspruchnahme derartiger Betriebe seitens der Handels- und Handwerkskammern sowie Zwangsinnungen beigetragen hat, so wird trotz des Erlasses der Handwerksnovelle vom 11. Februar 1929[13]) die Struktur des Betriebes die maßgebende Voraussetzung für einen Anschluß solcher Unternehmen an eine freie Einzelhandelsorganisation sein und damit das tatsächliche Verhalten von Fall zu Fall bestimmen. Es liegt dann eben entweder ein Einzelhandelsunternehmen vor, dem ein Herstellungsbetrieb angegliedert ist, oder aber es handelt sich um einen Handwerksbetrieb bzw. einen Fabrikationsbetrieb, zu dem ein Verkaufsgeschäft gehört.

In der Praxis wird diese Frage besonders bei Textilwarenhandlungen, speziell bei Wäsche-, Herren- und Damenkonfektionsgeschäften, akut.

Wesentlich anders liegen aber häufig die Verhältnisse bei Einzelhandelsbetrieben, deren Leiter ein gelernter Handwerker ist. In solchen Fällen ist man vielfach ohne eine entsprechende Würdigung der tatsächlichen Verhältnisse nur auf Grund der persönlichen Ein-

13) RGBl. S. 21 ff.

stellung des Geschäftsinhabers geneigt, lediglich die handwerklichen Interessen in den Vordergrund zu stellen und danach den Hauptcharakter des Betriebes zu bestimmen. Hier kann aber nur die Eigenart des Geschäftes dafür maßgebend sein, welche Einstellung die Interessenvertretungen in solchen Fällen einnehmen.

In diesem Zusammenhang ist eine Reihe von Betrieben zu berücksichtigen, deren Einzelhandelscharakter wohl nicht ohne weiteres als gegeben anzusehen ist. Es handelt sich hierbei hauptsächlich um Bäckereien und Fleischereien, deren Verkaufsgeschäft man zwar als Einzelhandel betrachten könnte, wenn hier der Warenabsatz nicht die notwendige Ergänzung des auf handwerksmäßiger Betriebsführung basierten Geschäftes bildete. Infolgedessen bedingen hier die technischen Voraussetzungen die handwerksmäßige Eingliederung dieser Betriebsarten.

Ähnlich liegen die Verhältnisse im Friseurgewerbe. Wenn der Charakter dieser Tätigkeit auch unbestritten handwerksmäßig ist, so hat doch das dem Betrieb gleichzeitig angegliederte Parfümeriegeschäft infolge seines Einzelhandelscharakters häufig zur Entstehung von Zweifeln beigetragen. In den meisten Fällen wird aber dieser Betriebszweig nur von untergeordneter Bedeutung sein, so daß dann auch seitens der Organisationen dem handwerklichen Moment der Vorrang gegeben werden muß.

dd) Das Wanderunternehmen.

Nach der innerhalb der Organisationen vertretenen Ansicht gehört nicht zum Einzelhandel das Wanderunternehmen, das in dieser Beziehung vor allem das Wanderlagerwesen umfaßt, da der Hausierhandel als Faktor im Güterverteilungsprozeß heute so gut wie bedeutungslos geworden ist. Obwohl also hier rein funktionell ein Absatz an letzte Verbraucher stattfindet, lehnt man die Zugehörigkeit dieser Betriebsart zur Interessenvertretung des Einzelhandels ab. Der innere Grund für eine solche Einstellung darf wohl in der gegenseitigen Konkurrenz zu suchen sein, die natürlich der örtliche Geschäftsinhaber besonders stark empfindet. Denn durch das reichhaltigere Angebot des meist kapitalkräftigeren Wanderunternehmens geht ihm ein ganzer Teil Umsätze verloren. Wenn nun hinzukommt,

daß das Streben des Ladenhandels seit langem dahin geht, hier Beschränkungsmaßnahmen für den Wanderhandel zu erwirken, dann dürfte es erklärlich sein, warum sich dieser auch bewußt von der Interessenvertretung des Einzelhandels fernhält und keinen besonderen Wert darauf legt, sich mit dem Einzelhandel entsprechend der in den Organisationen vertretenen Auffassungen identifiziert zu sehen.

Ähnlich liegen die Verhältnisse beim Straßenhandel. Die Bedeutung und Notwendigkeit dieses Berufszweiges liegt in der Hauptsache darin, daß er den Absatz nicht mehr ganz einwandfreier Waren an die Verbraucher vermittelt, deren Vertrieb aber durch den seßhaften Einzelhandel überhaupt nicht mehr oder sonst nur schwer würde erfolgen können. Obwohl er heute gerade in den Großstädten meist in der Hand großkapitalistischer Unternehmer liegt, und durch größere Sauberkeit und geschicktere Aufmachung hier unzweifelhaft eine Besserung eingetreten ist, besteht doch keine Aussicht, ihn in das Organisationssystem des Einzelhandels aufzunehmen, weil vorläufig die gegenseitige Antipathie noch zu groß ist.

ee) Das Versandgeschäft.

In bezug auf die Beurteilung der funktionellen Struktur der Versandgeschäfte sind die Meinungen sehr geteilt. Man vergißt sehr häufig dabei zu berücksichtigen, daß auch diese Kategorie von Betrieben zu dem Einzelhandel gehört, wenn sie ihre Waren direkt an die Verbraucher absetzt. Wenn es sich aber dabei um Betriebe handelt, die das Versandgeschäft als Bestandteil ihres Einzelhandelsbetriebes betrachten, pflegen sie sich nur wenig verbandsmäßig zu binden. Es gibt zwar einen Verband der Versandgeschäfte, der aber nicht der Gesamtinteressenvertretung des Einzelhandels angeschlossen ist. Außerdem betrachtet man häufig das Versandgeschäft als Großhandel, und man glaubt damit andere Interessen zu haben als eben der Einzelhandel.

Wenn aber innerhalb der Organisation des Einzelhandels die Auffassung sehr verbreitet ist, das Versandgeschäft gehöre nicht zum Einzelhandel, so meint man damit nicht diese regulären Unterneh-

INTENTIONAL SECOND EXPOSURE

stellung des Geschäftsinhabers geneigt, lediglich die handwerklichen Interessen in den Vordergrund zu stellen und danach den Hauptcharakter des Betriebes zu bestimmen. Hier kann aber nur die Eigenart des Geschäftes dafür maßgebend sein, welche Einstellung die Interessenvertretungen in solchen Fällen einnehmen.

In diesem Zusammenhang ist eine Reihe von Betrieben zu berücksichtigen, deren Einzelhandelscharakter wohl nicht ohne weiteres als gegeben anzusehen ist. Es handelt sich hierbei hauptsächlich um Bäckereien und Fleischereien, deren Verkaufsgeschäft man zwar als Einzelhandel betrachten könnte, wenn hier der Warenabsatz nicht die notwendige Ergänzung des auf handwerksmäßiger Betriebsführung basierten Geschäftes bildete. Infolgedessen bedingen hier die technischen Voraussetzungen die handwerksmäßige Eingliederung dieser Betriebsarten.

Ähnlich liegen die Verhältnisse im Friseurgewerbe. Wenn der Charakter dieser Tätigkeit auch unbestritten handwerksmäßig ist, so hat doch das dem Betrieb gleichzeitig angegliederte Parfümeriegeschäft infolge seines Einzelhandelscharakters häufig zur Entstehung von Zweifeln beigetragen. In den meisten Fällen wird aber dieser Betriebszweig nur von untergeordneter Bedeutung sein, so daß dann auch seitens der Organisationen dem handwerklichen Moment der Vorrang gegeben werden muß.

dd) Das Wanderunternehmen.

Nach der innerhalb der Organisationen vertretenen Ansicht gehört nicht zum Einzelhandel das Wanderunternehmen, das in dieser Beziehung vor allem das Wanderlagerwesen umfaßt, da der Hausierhandel als Faktor im Güterverteilungsprozeß heute so gut wie bedeutungslos geworden ist. Obwohl also hier rein funktionell ein Absatz an letzte Verbraucher stattfindet, lehnt man die Zugehörigkeit dieser Betriebsart zur Interessenvertretung des Einzelhandels ab. Der innere Grund für eine solche Einstellung darf wohl in der gegenseitigen Konkurrenz zu suchen sein, die natürlich der örtliche Geschäftsinhaber besonders stark empfindet. Denn durch das reichhaltigere Angebot des meist kapitalkräftigeren Wanderunternehmens geht ihm ein ganzer Teil Umsätze verloren. Wenn nun hinzukommt,

daß das Streben des Ladenhandels seit langem dahin geht, hier Beschränkungsmaßnahmen für den Wanderhandel zu erwirken, dann dürfte es erklärlich sein, warum sich dieser auch bewußt von der Interessenvertretung des Einzelhandels fernhält und keinen besonderen Wert darauf legt, sich mit dem Einzelhandel entsprechend der in den Organisationen vertretenen Auffassungen identifiziert zu sehen.

Ähnlich liegen die Verhältnisse beim Straßenhandel. Die Bedeutung und Notwendigkeit dieses Berufszweiges liegt in der Hauptsache darin, daß er den Absatz nicht mehr ganz einwandfreier Waren an die Verbraucher vermittelt, deren Vertrieb aber durch den seßhaften Einzelhandel überhaupt nicht mehr oder sonst nur schwer würde erfolgen können. Obwohl er heute gerade in den Großstädten meist in der Hand großkapitalistischer Unternehmer liegt, und durch größere Sauberkeit und geschicktere Aufmachung hier unzweifelhaft eine Besserung eingetreten ist, besteht doch keine Aussicht, ihn in das Organisationssystem des Einzelhandels aufzunehmen, weil vorläufig die gegenseitige Antipathie noch zu groß ist.

ee) Das Versandgeschäft.

In bezug auf die Beurteilung der funktionellen Struktur der Versandgeschäfte sind die Meinungen sehr geteilt. Man vergißt sehr häufig dabei zu berücksichtigen, daß auch diese Kategorie von Betrieben zu dem Einzelhandel gehört, wenn sie ihre Waren direkt an die Verbraucher absetzt. Wenn es sich aber dabei um Betriebe handelt, die das Versandgeschäft als Bestandteil ihres Einzelhandelsbetriebes betrachten, pflegen sie sich nur wenig verbandsmäßig zu binden. Es gibt zwar einen Verband der Versandgeschäfte, der aber nicht der Gesamtinteressenvertretung des Einzelhandels angeschlossen ist. Außerdem betrachtet man häufig das Versandgeschäft als Großhandel, und man glaubt damit andere Interessen zu haben als eben der Einzelhandel.

Wenn aber innerhalb der Organisation des Einzelhandels die Auffassung sehr verbreitet ist, das Versandgeschäft gehöre nicht zum Einzelhandel, so meint man damit nicht diese regulären Unterneh-

men, die sich durch ihren Versandbetrieb neben dem Ladengeschäft eine breitere Geschäftsbasis geschaffen haben, auch nicht die Firmen, die als Großhandel nur an letzte Verbraucher abzusetzen pflegen, sondern jene Betriebe, die auf schwindelhafter Basis mit marktschreierischer Reklame ihre Geschäfte führen. Gegen diese „Art Versandhäuser" ist der Einzelhandel feindlich eingestellt, bekämpft sie, wo er nur kann, und lehnt natürlich jede Gemeinschaft mit ihnen ab. Damit ist dann natürlich die ganze Stellung der Versandgeschäfte hinsichtlich ihrer Zugehörigkeit zur Interessenvertretung des Einzelhandels gekennzeichnet.

Danach soll in der Arbeit als Einzelhandel nur der Kreis von Unternehmen bezeichnet werden, der nach der skizzierten Auffassung, die innerhalb der Organisation des Einzelhandels herrscht, darunter zu verstehen ist. Es handelt sich also hier nicht darum, was begrifflich als Einzelhandel zu bezeichnen ist, sondern was man nach der herrschenden Meinung im täglichen Leben mit Einzelhandel bezeichnet.

II. Die Entwicklung der Interessenvertretung des Einzelhandels.

Wie sich in jeder Berufsgruppe schon frühzeitig Vereine gebildet haben, so finden wir auch innerhalb des deutschen Einzelhandels derartige Zusammenschlüsse. Die Veranlagung des Deutschen bringt es dabei mit sich, daß solche Vereinigungen von Einzelhändlern in großer Zahl mit den verschiedensten Richtungen entstanden sind. Seitdem sich dann im Laufe der Zeit in diesen Zusammenschlüssen eine zielbewußte Absicht innerhalb des allgemein Gewollten Geltung verschafft hat, können wir von Interessenorganisationen sprechen. Denn diese Vereinigungen rekrutieren sich dann nicht mehr rein zufällig aus einer bestimmten Berufsschicht, sondern sie suchen nunmehr alle Kollegen heranzuziehen und sie zur Mitarbeit zum Zweck einer zielbewußten Wahrung der Berufsinteressen zu gewinnen. In der Folgezeit lassen sich dann zwei große Entwicklungsrichtungen in diesen Zusammenschlüssen erkennen, die bis heute noch in einem gewissen Gegensatz zueinander stehen. Diese beiden Arten von Verbänden sind

einmal der Fachverband und dann der Zweckverband. Da beide Richtungen sich unabhängig voneinander entwickelt haben, soll auch hier jede Art gesondert gekennzeichnet werden.

1. Der Fachverband.

Das Wesen des Fachverbandes beruht darauf, daß er sich nur aus Angehörigen derselben Fachgruppe zusammensetzt und auch nur für die Interessen und die Hebung dieses einen Faches eintritt. Soweit diese Entwicklung für den Einzelhandel Platz gegriffen hat, ist sie wohl vor allem durch die handwerklichen Zusammenschlüsse begünstigt worden und analog erfolgt. Wie in den Handwerksinnungen und schon früher in den Zünften nur die Fachgenossen zusammensaßen, so wollte man auch hier getreu der Devise „Erst das Fach, dann der Stand" nur eine Vereinigung der Fachkollegen. Dabei ist es ja auch ganz erklärlich, warum man bei Auseinandersetzungen über vorhandene Mißstände, Preisvereinbarungen usw. nur unter sich sein wollte. Daraus entwickelten sich aber dann regelmäßige Zusammenkünfte der Fachkollegen. Je nachdem nun ein Fach früher oder später sich in irgendwelchen Bedrängnissen befand, so führte dies zur Bildung entsprechender fester Vereinigungen am Orte. Der einzelne war dann dadurch gezwungen, seine frühere Sonderstellung aufzugeben und mit seinen Kollegen in nähere Beziehung zu treten. Dadurch war bereits ein lebhaftes Hervortreten der neuen verbandsmäßigen Organisation möglich, weil eben die einzelnen Mitglieder der Verbände sich stärker engagiert fühlten, da hier für sie die Materie, die den Inhalt ihrer Berufsarbeit bildete, das gemeinsame und sie einigende Band war.

Sobald nun solche Zusammenschlüsse mit anderen gleichgerichteten örtlichen Vereinigungen desselben Faches in nähere Beziehungen traten, war damit gewöhnlich der erste Schritt zur Bildung der späteren Reichs- und Landesverbände getan. Denn man darf nicht annehmen, daß bereits zu dem Zeitpunkt, der von den einzelnen Organisationen heute als Gründungstermin angegeben wird, ein Zusammenschluß im modernen Sinne vollzogen war. Vielmehr werden wohl damals einige zielbewußte örtliche Vereinigungen sog. Zentral-

vereine oder Zentralverbände gegründet haben, die sich durch die Tatkraft ihrer Mitglieder zu den heute bestehenden Reichsfachverbänden entwickelt haben. Das ist aber ein Beweis für den Geist, der in den Fachvereinen schon frühzeitig geherrscht hat.

Als deutliche Beispiele dieser Entwicklungsart lassen sich anführen: Der „Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig", dessen Gründung auf das Jahr 1825 zurückgeht; der Verband Berliner Kaufleute der Kolonialwarenbranche e. V., der als Verein Berliner Kolonialwarenhändler 1870 gegründet wurde, dann der Deutsche Drogistenverband e. V., Berlin, vom Jahre 1873, der Zentralverband der Deutschen Uhrmacherinnungen und -vereine, 1877, sowie 1879 der Verband Deutscher Eisenwarenhändler.

Wenn hierbei wohl hauptsächlich der gegenseitige Austausch von Fachkenntnissen die treibende Kraft für die Bildung von Zusammenschlüssen war, so trat in der Folgezeit neben der Wohlfahrtspflege die Wettbewerbsregelung in den Vordergrund des Interesses. Denn die zunehmende Verschärfung des Konkurrenzkampfes brachte es mit sich, daß die sich innerhalb der einzelnen Fachgruppen bildenden Vereine dem nunmehr besondere Rechnung tragen mußten. Anfangs waren diese Gruppen wohl zwar darauf gerichtet, der Unterstützung bedürftiger Fachmitglieder und zum Teil auch durchreisender Handlungsgehilfen zu dienen, aber bald gingen sie infolge des Auftauchens wirtschaftlicher Neuerscheinungen zu zielbewußterer Arbeit über. Da hierdurch der Selbsterhaltungstrieb des einzelnen geweckt wurde, war die natürliche Folge ein Erstarken der örtlichen Fachvereine. Diese mußten jetzt unter ihren eigenen Mitgliedern darauf dringen, daß im Entstehen begriffene Mißstände abgestellt wurden, wie z. B. das Borgunwesen und das planlose Unterbieten beim gegenseitigen Wettbewerb. Da aber derartige Verhältnisse keineswegs vereinzelt in den örtlichen Fachvereinen bestanden, so beschleunigte dies die Bildung weiterer großer Fachverbände, um auf die Art gegenseitig Hilfe und Unterstützung zu finden.

So haben wir:

1880 den Verein Deutscher Fischhändler,
1888 den Verband Deutscher Nähmaschinenhändler,

1889 den Verein Kasseler Kolonialwarenhändler, der sich zu dem heutigen Landesverband des Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmitteleinzelhandels von Hessen-Nassau und Waldeck entwickelt hat,
1896 den Reichsverband Deutscher Milchhändlervereine e. V. in Hamburg,
1898 den Verband Deutscher Teppich- und Möbelstoffhändler, Leipzig,
den Verband Süddeutscher Manufakturwarengeschäfte, der sich später zum „Textilverband e. G. m. b. H., Ulm", umbildete, einer Einkaufsvereinigung,
1899 den Verband Deutscher Klavierhändler,
1900 den Verein der Butterkaufleute von Berlin und Umgegend e. V., der zu dem 1927 gegründeten Reichsverband Deutscher Kaufleute des Butter-, Fettwaren- und Käsehandels e. V. in Berlin ausgebaut wurde.

Wenn in der vergangenen Periode die Gründung der örtlichen Fachvereine zum Teil aus der typisch deutschen Vorliebe für das Vereinswesen heraus geschah, teilweise ja allerdings auch zur Abstellung von Mißständen, so kam aber doch der eigentliche Organisationsgedanke erst in der Zeit von 1900 bis 1914 zur richtigen Entfaltung. Es trieben zwar auch schon vordem einige Fachverbände eine klare Politik der Interessenvertretung, aber sie standen doch mehr vereinzelt da. Erst nach 1900 begann diese Anschauung allgemein an Boden zu gewinnen. Denn jetzt schloß man ganz systematisch in den einzelnen Fachgruppen die vorhandenen Fachvereine in festgefügten Reichsverbänden zusammen. Diese Vereinheitlichungsbewegung ging dabei streng nach „Branchen"-Gesichtspunkten vor sich. Gleichzeitig ist in diesem Stadium der Verband jetzt nicht mehr Selbstzweck, vielmehr vermittelt er bereits den Mitgliedern greifbare Vorteile, die sie direkt in ihrer Eigenschaft als Geschäftsinhaber berühren, die aber nur den der Fachorganisation angehörenden Konkurrenten zugute kommen. Dieser Ausbau der Fachvereine hatte naturgemäß den Wettbewerb der Fachverbände untereinander zur Folge.

In diese Gruppe gehört die Gründung folgender bedeutender Reichsfachverbände:

1900 der Verband Deutscher Porzellan-, Steingut- und Glaswarenhändler, der spätere Reichsverband Deutscher Spezialgeschäfte in Porzellan, Glas, Haus- und Küchengeräten,
der Verband Deutscher Zigarrenladeninhaber, Hamburg,

1901 der Reichsverband des Landwirtschaftlichen Maschinenhandels, Berlin,
1902 der Zentralverband der Kohlenhändler Deutschlands e. V., Berlin,
1903 der Verband Deutscher Waren- und Kaufhäuser, Berlin,
der Zentralverband Deutscher Schuhwarenhändler, Erfurt,
1904 der Verband Deutscher Blumengeschäftsinhaber, Berlin,
1905 der Reichsverband Deutscher Feinkostkaufleute, Berlin,
1906 der Reichsverband der Schokoladengeschäftsinhaber Deutschlands von 1906, Berlin,
1907 der Reichsbund des Textileinzelhandels, Berlin,
der Verein der Kaufleute des Wild- und Geflügelhandels, Berlin,
der Verband der Beleuchtungsgeschäfte Deutschlands, Berlin,
der Deutsche Zigarrenhändlerbund, Berlin,
1909 der Reichsverband Deutscher Hutgeschäfte, Berlin,
der Deutsche Automobilhändlerverband, Berlin,
1910 der Reichsverband Deutscher Sportgeschäfte, Berlin,
der Verband Deutscher Filialbetriebe, Berlin,
1911 der Reichsverband der Büromaschinenhändler, Berlin,
1912 der Verband Deutscher Linoleumhändler, Leipzig.

Die organisatorische Durchdringung erfolgte in ihren größten Ausmaßen erst nach Schluß des Krieges. In dieser Zeit schufen sich die Reichsfachverbände ganz systematisch ihr Tätigkeitsfeld und entwickelten sich dabei zu einer bis dahin nie gekannten Stärke. Gleichzeitig bildeten sich damals auch Verbände in den Fachgruppen, bei denen es bisher noch nicht soweit gekommen war. Dieser Abschnitt des Fachorganisationswesens, dessen Höhepunkt ungefähr bis 1925 dauerte, ist aber auf das engste mit dem Ausbau der anderen Organisationsart, den Zweckverbänden, verknüpft. Es erscheint daher notwendig, erst einmal auf deren Entwicklung bis zu diesem Zeitpunkt einzugehen.

2. Der Zweckverband.

Unter „Zweckverbänden" des deutschen Einzelhandels verstehen wir heute die Art von freien Organisationen, die von Einzelhändlern aller Branchen getragen werden, und deren Zweck lediglich die Vertretung und Wahrung der Berufsstandsinteressen ist. Man geht dabei von dem Gedanken aus, daß die gemeinsamen Belange aller Einzelhändler auf Grund der von ihnen ausgeübten volkswirtschaftlichen

Funktion auch eine gemeinsame Vertretung durch eine einheitliche Organisation bedingen.

Die Verwirklichung dieser Vorstellung hat bis zu ihrer heutigen Gestalt eine Reihe von Entwicklungsstufen durchlaufen, die natürlich im einzelnen nicht scharf umrissen abgegrenzt sind, sondern bei denen es häufig überschneidungen gegeben hat. Vielfach hat eine Neugründung auch lediglich dort angeknüpft, wo eine andere Organisation aufgehört hat, tätig zu sein.

Als die Vorstufe für die Entwicklung des Zweckverbandes wird man die geselligen Veranstaltungen der Fachvereine oder vielleicht besser der alten Handwerkerinnungen anzusehen haben, bei denen die Mitglieder anderer Fachgruppen als Gäste eingeladen waren. Bei dieser Gelegenheit fand dann natürlich auch untereinander ein Austausch von Geschäftserfahrungen statt, soweit dies ohne Offenlegung der eigenen persönlichen Verhältnisse möglich war. Dabei wurde dann ganz von selbst der Wunsch, gemeinsam zu handeln, laut und suchte nach entsprechender Ausdrucksmöglichkeit.

Für die Bildung von Vereinigungen zur Vertretung der Berufsinteressen im engeren Sinne lassen sich zwei große Richtungen unterscheiden, die beide ihre Fortführung und Vereinigung in den heutigen Zweckverbänden gefunden haben.

Hier handelt es sich einmal nach Prof. A. Lampe, Freiburg, um die Standesorganisation als soziale Bewegung. In dem Aufschwung während der Gründerjahre in der Zeit nach dem Deutsch-französischen Kriege war das Kleingewerbe, diese biederen Händler und Krämer, genau so wie das Handwerkertum in eine starke Bedrängnis geraten. Die alten Geschäftsmethoden reichten nicht mehr aus, um mit den neuen kapitalistischen Unternehmungen erfolgreich konkurrieren zu können. Daher kam es, warum auf dieser Entwicklungsstufe die Organisation die deutlichen Merkmale der Massenbewegung aufwies, die ohne innere Mitarbeit auf große Programme geschult wurde und die sich darauf beschränkte, Forderungen, die sich auf mittelständische Ziele erstreckten, der Allgemeinheit vertraut zu machen und durch den einheitlichen Willen der Masse zu verwirklichen zu suchen. Die Vereine der Kleingewerbetreibenden und der kleinen Kaufleute führten so den Kampf um die Erhaltung des bedrängten Standes, indem

diese bewußt eine enge Mittelstandspolitik trieben. Wie tief diese Anschauung sich damals in den Kreisen des Einzelhandels festgesogen hat, zeigt am deutlichsten heute die Bewegung gegen die Warenhäuser in den einzelnen Verbänden, die auch jetzt wieder Berücksichtigung ihrer Wünsche fordert.

Für die Umstellung zur Berufsorganisation im engeren Sinne war die Tatsache entscheidend, daß dem Einzelhandelsstand in zunehmendem Maße größere Gemeinschaften der Lieferanten und Abnehmer gegenüberstanden, die ihrerseits die Ausübung der Einzelhandelsfunktion mit an sich zu ziehen suchten. Dabei blühte im Innern des Einzelhandels das Schleuder- und Borgunwesen schlimmer denn je. Hier suchte man deshalb durch den Aufbau der Berufsstandsorganisationen zielbewußt Wandel zu schaffen. Denn es ging jetzt nicht mehr um die soziale Stellung eines Gewerbes schlechthin, sondern um die Festigung und Erhaltung des eigenen Berufsstandes. Deshalb konnte ja auch nur dann eine durchgreifende Änderung zum Bessern eintreten, wenn alle Berufsangehörigen gemeinsam für ihre bedrohten Interessen eintraten.

In die gleiche Richtung gehört daher auch die Gruppe von Vereinigungen, die die Fortentwicklung der ehedem auf geselliger Grundlage aufgebauten Vereine darstellt. Diese Art von „kaufmännischen Vereinen" verfolgt in dieser Periode hauptsächlich kulturelle Ziele und betätigt sich in der Errichtung und Unterstützung von Handelsschulen. Bemerkenswert ist dabei, daß sich diese Kategorie Berufsverbände bis heute erhalten hat, wenn sie auch in der Berufsstandsarbeit nicht hervorgetreten sind oder aber wenigstens nicht mehr hervortreten.

Sobald die einzelnen Berufsorganisationen, die bis dahin meist nur örtlichen Charakter zu haben pflegten, sich mit anderen Verbänden, die die gleichen Ziele erstrebten, zu Landes- und Reichsverbänden zusammenschlossen, so war dies das Kennzeichen dafür, daß sie jetzt mit einer zielbewußten und systematischen Berufsarbeit begannen. Denn die gesamte Verbandstätigkeit wird jetzt auf den „Zweck" einer Interessenvertretung des Einzelhandels in reinster Form abgestellt. Die Interessen des einzelnen in seiner Eigenschaft als „Einzelhändler" stehen nunmehr im Vordergrund und lassen die Berücksichtigung

von Fach und Stand dagegen zurücktreten. Der Zweckverband ist hier die Kampforganisation für alles, was die Belange des einzelnen angeht und damit möglicherweise auch eines größeren Kreises von Einzelhändlern aller Fachgruppen. Denn nur so konnten sich diese Verbände auf dem Wege der Zusammenfassung aller Gruppen von Einzelhändlern auf breitester Basis zu derartig machtvollen Instrumenten einheitlicher Willensbildung weiter entwickeln.

Dies zeigt sich an folgenden Tatsachen: Am 15. August 1888 wurde der „Zentralverband kaufmännischer Vereine und Verbände" gegründet, der 1891 in den „Zentralverband Deutscher Kaufleute" umgenannt wurde, und dann 1900 entsprechend „der geistigen Einstellung der von ihm erfaßten Kreise" den Zusatz „und Gewerbetreibende" erhielt. Dieser Verband, die größte damals bestehende Organisation des Kleinhandels, verschmolz sich am 13. August 1907 mit dem 1899 gegründeten „Deutschen Bund für Handel und Gewerbe" zum „Zentralverband für Handel und Gewerbe", Sitz Leipzig, der 1920 schließlich aufgelöst wurde [14]).

Ein Parallelverband hierzu war die „Zentralvereinigung Deutscher Vereine für Handel und Gewerbe", Berlin.

Von Gründungen ursprünglich rein lokaler Zusammenschlüsse zum Zweck gemeinsamer Interessenvertretung fallen in diese Zeit:

1894 Verein des Einzelhandels von Frankfurt a. M.,
1905 Kölner Detaillistenverband, Köln,
1905 Vereinigte Kaufmannschaft von Hamborn und Umgebung.

Von den von Anfang an als zentralgerichtet anzusehenden Organisationen verdient die im Jahre 1903 erfolgte Gründung des „Verbandes der Handelsschutz- und Rabattsparvereine", Hannover, besondere Beachtung. Sein Ziel war die organisatorische Zusammenfassung der örtlichen gemeinnützigen Rabattsparvereine, die eine wirtschaftliche Selbsthilfe auf dem Gebiet der Verkaufsmethoden bezweckten. Dabei konnte er bereits im Jahre 1903 50 angeschlossene Vereine mit ca. 12 000 Mitgliedern aufweisen [15]).

Außerdem gehören an Gründungen hierher:

1907 der Landesverband des Hessischen Einzelhandels, Darmstadt,

14) Vgl. Lampe, Hdw. d. Stw., 4. Aufl., S. 503.
15) Grünfeld, der Einzelhandel, S. 9.

1909 der Hansabund für Gewerbe, Handel und Industrie,
1912 die Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes.

Aber auch die Zweckverbandsrichtung erfuhr den organisatorischen Ausbau in ihrer höchsten Potenz erst in der Nachkriegszeit. Die Schwierigkeiten der Warenbeschaffung hatten zwar bereits während des Krieges einen engeren Anschluß der Kollegen aneinander gebracht, aber erst vom Jahre 1919 ab gewann dieser festere Formen. Die zunehmende Geldentwertung führte aber dann zu einer noch engeren Verbindung und zur Zusammenarbeit zwischen den beiden Richtungen, dem Fach- und dem Zweckverband. Im Verfolg dessen entstanden daher damals auch eine große Zahl von Neugründungen von wirtschaftlichen Vereinen und Verbänden. Wo bisher kein Fach- oder Zweckverband vorhanden gewesen war, schritt man jetzt unter der Not der Zeit unverzüglich zu dessen Errichtung. Die große Fülle der zu bewältigenden Aufgaben führte dann notwendigerweise zu einem fortwährenden Erstarken dieser jungen Organisationen.

3. Die Spitzenorganisation.

Der Lebens- und Arbeitswille der Verbände brachte es dabei mit sich, daß jede Organisation versuchte, einen überragenden Einfluß auf das deutsche Wirtschaftsleben zu gewinnen. Ihre gegenseitige Konkurrenz und die sonstige Uneinigkeit im deutschen Mittelstand ließen es aber nicht zur Bildung einer einflußreichen und maßgebenden Gesamtinteressenvertretung, einer wirklichen Spitzenorganisation des ganzen Einzelhandels kommen. Es hat zwar nicht an entsprechenden Versuchen in dieser Richtung gefehlt, aber leider blieb ihnen ein Erfolg lange Zeit hindurch versagt.

Ein besonderes Interesse verdient in dieser Beziehung nur eine kleine Zahl von Versuchen, die über den gewöhnlichen Rahmen weit hinausgehen. So schuf im Jahre 1910 der Hansabund für Gewerbe, Handel und Industrie einen „Zentralausschuß für die Gesamtinteressen des Einzelhandels". Leider aber war dies „nur ein Unterorgan, nicht eine selbständige Spitze" [16]).

16) Grünfeld a. a. O. S. 14.

Eine wirkliche Zusammenfassung aller Einzelhandelsbetriebe, allerdings nicht zum Zweck der Interessenvertretung, sondern als Folge des Ausbaues des Unfallversicherungsgesetzes, fand durch die Errichtung der Detailhandelsberufsgenossenschaft im Jahre 1912 statt. Um eine reine und volle Standesvertretung konnte es sich hierbei allerdings nicht handeln, da eine Reihe von Betrieben noch anderen Berufsgenossenschaften zugesprochen war, wie z. B. viele aus der Konfektionsbranche, während andererseits die Gastwirtsbetriebe und die Konsumvereine mit hineingenommen waren.

Es war aber der „verdienstvolle Vorsitzende der Detailhandelsberufsgenossenschaft Astor, der Ende Dezember 1915 in anregenden Worten die einzelnen Hauptverbände zusammenzuführen suchte" und „den Bund Deutscher Kleinhandelsverbände" ins Leben rief [17]).

Leider tauchte aber daneben „ein von Hannover — Handelsschutzverband — aus begründeter Reichsausschuß für den Kleinhandel auf, der eine Vereinigung mit den anderen wegen des Zusammengehens mit den wie ein rotes Tuch auf den Stier wirkenden Warenhäuslern ablehnte" [18]). Die Folge davon war, daß beide Gründungen wieder zerfielen.

Als dann das Gesetz über den vaterländischen Hilfsdienst vom Dezember 1916 durch die in ihm vorgeschriebenen Stillegungen schwere Eingriffe in das Erwerbsleben des Einzelhandels zu bringen drohte, bildete sich aus dem Stegreif ein „Arbeitsausschuß des gesamten deutschen Kleinhandels" für dieses Gesetz.

Im Frühjahr 1918 versuchte dann Kommerzienrat Schmahl, Mainz, die Einzelhandelsverbände zusammenzuschließen, aber es war wieder ohne Erfolg.

Unter dem Eindruck der durch die Revolution hervorgerufenen weiteren Umsturzgefahr war es der Gedanke, daß der Wiederaufbau der zusammengebrochenen Wirtschaft nur durch eine aktive Mitwirkung der schaffenden Stände unpolitisch erfolgen könne, und die Notwendigkeit, bei den in aller Eile zu erlassenden Demobilmachungsverordnungen fachberechtigte Vorschläge durchzusetzen, was die verantwortungsbewußten Führer des Einzelhandels beherrschte. „In

17) Grünfeld a. a. O. S. 12.
18) Grünfeld a. a. O. S. 14.

dieser Zwangslage unternahm es der Vorsitzende des Verbandes Berliner Spezialgeschäfte — also eines örtlichen Berliner Verbandes —, Heinrich Grünfeld, am 19. November 1918 die in Berlin telegraphisch erreichbaren Vorsitzenden und Geschäftsführer aller wesentlichen Verbände in der Handelskammer zusammenzurufen. Damals wurde unter der Wucht der Verhältnisse nicht erst ein Gründungsausschuß gebildet, sondern sofort mit aus der Hand entworfenen Satzungen von 32 anwesenden oder vertretenen Verbänden die „Arbeitsgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels" begründet." Da damals der Name „Arbeitsgemeinschaft" kennzeichnend war für die Zusammenarbeit von Arbeitgebern und Arbeitnehmern, nannte sich der neue Spitzenverband von der Bestätigung seiner Satzung ab, am 13. März 1919, „Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels" [19]). Damals hatte sich endlich nach langen Wirren der deutsche Einzelhandel eine Spitzenorganisation geschaffen, die später durch ihre zielbewußte Tätigkeit ihren glücklichen organisatorischen Aufbau bewies und damit zur wirklichen Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels wurde.

III. Der heutige Stand der Interessenvertretung als ein Zeichen der Organisationsnotwendigkeit für den Einzelhandel.

Wenn man heute allgemein der Auffassung ist, daß der Organisationsgedanke in seiner ganzen Konsequenz in der derzeitigen Staats- und Wirtschaftsverfassung begründet liegt, so kann man andererseits auch den heutigen Stand des gesamten Organisationswesens als ein Merkmal seiner Notwendigkeit ansehen. Zu dieser Auffassung dürfte die Tatsache berechtigen, daß die Interessenvertretung heute selbst nicht nur ein Gebilde des Wirtschaftslebens ist, sondern daß sie selbst erst durch die wirtschaftlichen Verhältnisse in einem solchen Ausmaße überhaupt bedingt wurde. Denn früher waren die Verbände doch noch mehr oder minder Selbstzweck, deren einzige Leistung meist nur in der Herausgabe einer Zeitschrift bestand. Hier trat erst eine Wandlung durch die wirtschaftlichen Ereignisse seit Ausbruch des Krieges ein, indem nun die Verbände aktive Arbeit für den Einzelhandel leisten mußten. Daher kommt es, daß die moderne Geschichte der Interessenvertretung eng mit der Entwicklung der wirtschaftlichen Lage des Einzelhandels verknüpft ist und sich ihr Wesen nur daraus verstehen läßt. Außerdem muß in ihr die Voraussetzung für eine solche Ausbreitung des Organisationsgedankens gesehen werden, der doch schließlich die Grundlage für die Entwicklung der Interessenvertretung während der letzten 15 Jahre bildete.

19) Grünfeld, „Einzelhandel", S. 15.

1. Die wirtschaftliche Lage im Einzelhandel als Voraussetzung für die Ausbreitung des Organisationswesens.

a) Die Kriegszeit.

Bereits durch den Ausbruch des Krieges war eine gewaltige Umschichtung innerhalb des deutschen Wirtschaftslebens erfolgt, von dem besonders auch der Einzelhandel betroffen wurde. Denn der Bezug des Heeresbedarfes durch die Militärbehörde bewirkte, daß nunmehr die Beschaffung und Verteilung einer Unmenge von Gütern einer einzigen Stelle oblag. Außerdem galt es infolge des Umstandes, daß Deutschland rings von Feinden eingeschlossen war, das deutsche Wirtschaftsleben auf die unbedingte Durchführung des Krieges ein- und umzustellen. So kam es, daß durch ein ausgedehntes Rationierungssystem dem Einzelhandel mehr und mehr sein Tätigkeitsfeld entzogen wurde, weil die Bedarfsdeckung sich in weitestem Maße den behördlichen Vorschriften anzupassen hatte. Wenn auch zu der Zeit noch die Eingriffe der Regierung in den freien Ablauf des Warenabsatzes nur insofern erfolgten, als sie mit Preisvorschriften und Preisanordnungen einzuwirken versuchte, so enthielt sie sich doch damals noch direkter Eingriffe in die Gesetze der Preisbildung für den freien Verkehr. Man suchte in dieser Zeit noch nicht den Grundsatz aufzuheben, wonach sich der Preis einer Ware nach den aus Anlaß des einzelnen Geschäftsabschlusses aufgewendeten Kosten zuzüglich eines angemessenen Gewinnes unter Berücksichtigung der allgemeinen Marktlage bestimme. Der Einzelhandel hatte hier zwar häufig seine Schwierigkeiten, daß er nur ausführendes Organ der

staatlichen Zwangsbewirtschaftung für die Bedarfsdeckung des einzelnen war, und daß ihm nur beschränkte Warenmengen zum freien Absatz zur Verfügung standen. Aber diese Nöte waren noch nicht so groß, daß sie über den allmählich sich anbahnenden Verkehr der Fachkollegen untereinander zu einem allgemeinen Zusammenschluß geführt hätten.

b) Die Inflationszeit.

Erst durch die Bedrängnisse der Revolution und der Inflation trat hier ein Wandel ein, weil dadurch erst der Boden für die Bildung einer zentralen Spitzenorganisation des Einzelhandels reif wurde. Denn mit dem beginnenden Verfall der deutschen Währung und der dadurch hervorgerufenen inländischen Markt- und Preisverhältnisse, die jetzt immer mehr von der Geldseite her bestimmt wurden, machte sich die schwierige wirtschaftliche Lage des Einzelhandels überall offenkundig. Der früheren Kriegsblockade war die Valutablockade gefolgt. Für den Einzelhandel zeigte sich dies in einer scharfen Anspannung der von ihm seitens seiner Lieferanten geforderten Preise und in der Schwierigkeit, Waren in ausreichendem Maße zu erhalten. Da aber die herrschende Meinung hierin die Kennzeichen einer echten Teuerung zu erblicken meinte, beeilte man sich natürlich, Maßnahmen zum Zweck der Sanierung zu ergreifen. Damals erging die gesamte notwirtschaftliche Gesetzgebung, durch die man vor allem mit Maßnahmen zur Beschränkung des Warenabsatzes hauptsächlich beim Einzelhandel den Leerlauf und das Auseinanderklaffen von Kaufkraft und Preisen zu beseitigen suchte. Ebenso wollte man damit den Rück- und Umbildungsprozeß fördern, in dem sich die Wirtschaft der Nachkriegszeit befand, um auf die Art den Wiedereintritt ausgeglichener Verhältnisse zu beschleunigen. Auch das Reichsgericht hat ja damals die Zweckbestimmung der notwirtschaftlichen Gesetzgebung stets darin gesehen, daß sie dort, wo eine Selbstregelung der Preise fehle, die Handhabe bieten solle, um einem volkswirtschaftlich nicht gerechtfertigten Steigen oder Hochhalten der Preise entgegenzutreten. Den fehlenden Selbstausgleich der Preisforderungen wünschte man also durch die Achtung vor dem Gesetz

und unter Umständen durch die Anwendung seiner Bestimmungen gegenüber solchen Personen ersetzt zu sehen, die die zulässige Preisgrenze überschritten.

Natürlich wurde dadurch besonders der Einzelhandel in Mitleidenschaft gezogen, da alle Maßnahmen in erster Linie bei ihm einsetzten und seine Betriebe vor allem einer verschärften Überwachung unterzogen wurden. Auf die Art wurden aber Bestimmungen, die aus den besten Beweggründen heraus entstanden waren, in der Praxis zu Belastungen für den Einzelhandel, wie sie das Wirtschaftsleben noch niemals kennengelernt hatte. Denn alle diese Maßnahmen schlossen die Möglichkeit in sich, die Ausübung von Schikanen seitens böswilliger Schuldner und nachsichtiger Angestellter weitgehendst zu begünstigen. Zudem wurden die Auslegungsmöglichkeiten der Preistreibereiverordnung zeitweilig zu einem Pressionsmittel säumiger Zahler, die auf Grund von Drohungen und Anzeigen bei der Wucherpolizei sich in jeder Weise Vorteile zu verschaffen suchten. Denn die Ermittlungen der sog. angemessenen Preise durch die Preisprüfungsstellen bedeutete für den Kaufmann nicht nur eine Verwicklung in eine höchst unerquickliche Angelegenheit, sondern vor allem war sie auch ein bedeutendes Risiko. Wurde doch der Spruch nicht nach festen Richtlinien gefällt, wie es hätte sein müssen, sondern er lag lediglich in dem freien Ermessen der Spruchbehörde. Dazu konnte das Wuchergericht noch auf Grund dieses Urteils dem Betreffenden die Ausübung eines Handelsbetriebes einfach untersagen, wobei eine Berufung an eine höhere Instanz um Entscheidung absolut ausgeschlossen war. Gerade in dieser Beziehung wurde die Art der Durchführung der Handelsuntersagung zu einem „typischen Beispiel äußerster Verwaltungswillkür, einer Maßnahme, die so tief wie irgendmöglich in die geschäftliche und menschliche Existenz des Kaufmanns eingriff, und gegen die ein ordentlicher Rechtsweg überhaupt nicht zugelassen war“ [20]).

Wie sollte damals der Einzelhandel zu irgendwelcher Konsolidation kommen, wenn man ihn geradezu zwang, sich tot zu ver-

---

20) Sitzungsbericht des Hauptausschusses des Deutschen Industrie- und Handelstages vom 10. Juni 1925, S. 64.

kaufen und ihn unter Ausnahmegesetze stellte? Aber gleichzeitig zeigt sich damit, wie der Einzelhandel erst in eine derartige Notlage und in eine so verzweifelte Situation kommen mußte, ehe er sich von selbst zu einer Schicksalsgemeinschaft zusammenfand, in der es für ihn keine Unterschiede des Faches und der Betriebsgröße geben durfte, wenn er sich eine schlagkräftige Interessenvertretung aufbauen wollte. Außerdem wurde es unter diesen Verhältnissen ganz selbstverständlich, daß jeder Einzelhändler unter allen Umständen Mitglied eines Fach- oder Zweckverbandes wurde, sofern er hier nicht vollständig isoliert dastehen wollte. Jeder einzelne trug aber auf die Art selbst mit zu einer Ausbreitung des Organisationswesens bei.

c) Die Nachinflationszeit.

In einem engen Zusammenhang mit der Ausbreitung des Organisationswesens innerhalb des Einzelhandelsstandes stand der innere Ausbau der die Interessenvertretung des Einzelhandels tragenden Verbände. Dabei war es wieder die wirtschaftliche Lage des Einzelhandels, die durch die große Fülle der zu bewältigenden Aufgaben dem ganzen System seine besondere Eigenart verlieh.

Denn der Kampf um die Aufhebung der notwirtschaftlichen Gesetzgebung bildete vor allem auch nach der vollzogenen Stabilisierung der „Mark" das hauptsächlichste Tätigkeitsgebiet der Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels. Natürlich ging ihre in ihrem ganzen Wesen liegende sonstige Arbeit nebenher, aber diese mußte hinter einer so ungemein wichtigen Materie wie die Ausnahmegesetzgebung weit zurücktreten. Denn nachdem die eigentliche Ursache zu all den Ausnahmemaßnahmen in Wegfall gekommen war, kam erst richtig deutlich zum Ausdruck, was für eine schwere Belastung unter den veränderten Verhältnissen die Bestimmungen für den Handel darstellten. So war „der Einwand, die Aufhebung der Zwangsverordnungen sei für die Wirtschaft ohne Bedeutung, da ihr Bestehen nach Eintreten gesunder Marktverhältnisse für sie keine Einschränkung der wirtschaftlichen Freiheiten mehr bedeute, als nicht haltbar anzusehen" [21]). Erschwerend für den Einzelhandel war dabei der Um-

21) Sitzung des Einzelhandelsausschusses am 12./13. Februar 1925.

stand, daß durch die Nichtaufhebung dieser Bestimmungen „dieser Berufsstand als in seiner Ehrbarkeit besonders gefährdet aus den übrigen Berufsständen herausgehoben" [22]) und „dadurch die Berufsfreudigkeit erheblich beeinträchtigt wurde" [23]). Außerdem wurden große Schichten der Bevölkerung dadurch gegeneinander aufgehetzt, weil man damit den Einzelhandel für Erscheinungen verantwortlich machte, deren Abwendung überhaupt nicht in seiner Macht lag.

Dazu kamen noch die sonstigen Schwierigkeiten, die sich aus der seit der Stabilisierung veränderten Wirtschaftslage ergaben. Die vordem großen Warenbestände des Einzelhandels waren durch die allgemeine Flucht in die Sachwerte so gut wie ausverkauft worden, ohne daß dadurch entsprechende Gegenwerte etwa vorhanden gewesen wären. Das frühere Vermögen war durch Substanzverlust so ziemlich verloren gegangen, und die Aussichten für eine günstige geschäftliche Entwicklung, die das eventuell hätte ausgleichen können, waren sehr gering. So stand fast jeder Einzelhändler vor der Notwendigkeit, erhebliche Teile seines Unternehmens neu aufbauen oder umformen zu müssen, wenn er in Zukunft leistungsfähig sein wollte.

Hatte die wirtschaftliche Lage des Einzelhandels früher dem Zusammenschlußgedanken als Ziel und Zweck gedient, so war sie es schließlich auch wieder, die durch ihre Eigenart zum aktiven Förderer der Organisationsidee in diesem Berufsstand wurde und auf die Weise zur inneren Erstarkung der jungen Interessenvertretung beitrug.

2. Der heutige Stand des Organisationswesens.

Bei einer Kritik des heutigen Standes des Organisationswesens handelt es sich ja nicht allein um den Bestand der „Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels", sondern auch besonders um die sie tragenden Verbände. Denn man muß dabei berücksichtigen, wie heute überall der Begriff „Rationalisierung", was vielfach gleichbedeutend mit „Abbau" ist, eine Rolle spielt, und wie man alles zu beseitigen pflegt, was irgendwie überflüssig ist, um eben Kosten zu sparen. Deshalb darf man doch wohl nicht ohne eine gewisse Be-

22) Sitzung des Hauptausschusses am 10. Juni 1925, Bericht S. 58.
23) Bericht des Einzelhandelsausschusses vom 14./15. Oktober 1924.

rechtigung annehmen, daß auch das gesamte System der Interessenvertretung des Einzelhandels ebenfalls kritisch geprüft worden ist, ob die Notwendigkeit seiner Existenz gegeben ist oder nicht. Denn wenn ihr Vorhandensein und ihr Aufbau einer sachlichen Kritik nicht standzuhalten vermögen, wird man doch unter den heutigen Verhältnissen unbedingt auf ihre Beseitigung drängen bzw. man wird die Verbindung zu einer solchen Einrichtung lösen. Wie verhält es sich demnach mit den drei hauptsächlichsten Erfordernissen des Organisationssystems des Einzelhandels? Danach wäre also der organisatorische Aufbau, die Mitgliederstärke und die Vermögenslage der ganzen Interessenvertretung zu prüfen.

a) Der organisatorische Aufbau.

Unter dem organisatorischen Aufbau des Systems einer Interessenvertretung wird man keineswegs nur die reine Zusammenfassung eines Komplexes von Verbänden und Vereinigungen in einer Spitzenorganisation, wie in diesem Falle die Hauptgemeinschaft, zu verstehen haben. Es bedeutet vielmehr außer der Tatsache der Zentralisation vor allem im Innern die Abgrenzung der Rechte und Pflichten jeder Mitgliedskörperschaft. Denn durch die Arbeitsteilung im Innern kann je nach der organisatorischen Regelung eine erfolgversprechende Arbeit ohne weiteres möglich oder aber von Anfang an ausgeschlossen sein. Jeder Leerlauf und jedes Aneinander-Vorbeiarbeiten hat in solchen Fällen unbedingt Mißhelligkeiten und Unstimmigkeiten zur Folge, die dann dem Ganzen sehr beträchtlich schaden. Außerdem fehlt es niemals an gewissenlosen Elementen, die aus irgendwelchen persönlichen oder sonstigen Gründen ein Interesse daran haben, vorhandene kleine Differenzen zur Unzufriedenheit größerer Kreise auswachsen zu lassen. Das Gefährliche solcher Wühlarbeit ist dann immer, daß sie zwar die betreffenden Vereinigungen nicht zum Auseinanderbrechen zu bringen imstande sind, aber häufig das gegenseitige Vertrauensverhältnis schwer zu schädigen vermögen. Aus diesem Grunde ist eine straffe innere Organisation das beste Mittel, das hier vorbeugend zu wirken geeignet ist. Beim organisatorischen Aufbau der Hauptgemeinschaft des Deutschen

Einzelhandels ist man von dem Grundsatz ausgegangen, daß nur miteinander arbeiten kann, wer zueinander gehört. Danach zerfallen die Mitgliedsverbände der Hauptgemeinschaft in drei große Richtungen, innerhalb deren jede Gruppe die gleiche Zweckrichtung vertritt. Es sind dies[24]):

I. Die Reichsfachverbände.
   Gruppe 1: Handel mit Nahrungsmitteln.
   „ 2: Handel mit Begleitungsgegenständen.
   „ 3: übrige Reichsfachverbände.
   „ 4: Andere Reichsfachverbände.
II. Die Zweckverbände.
   Gruppe 5: Landes- und Bezirks- (Provinzial-) Verbände.
III. Die amtlichen Berufsvertretungen.
   Gruppe 6: Amtliche Berufsvertretungen.

Auf die Art erreicht man, daß bei einem solchen System alle reinen Fachfragen nur von den betreffenden Reichsfachverbänden bearbeitet werden, die auf Grund ihrer Stellung für ihre Arbeitsgebiete unbedingt zuständig sind und für eine sachgemäße Erledigung die beste Gewähr bieten. Allgemeine Fragen, die also alle Einzelhändler ohne Rücksicht auf ihre Fachzugehörigkeit angehen, sollen dabei von den Zweckverbänden, die auf Grund ihrer territorialen Reichweite kurz „Landesverbände“ genannt werden, zu behandeln sein. Dabei zeigt sich in den meisten Fällen, wie notwendig gerade heute diese Organisationsart ist, da sie durch die Zusammenfassung aller organisierten Einzelhändler ihres Freistaates dessen öffentliches Leben in hohem Maße in ihrem Sinne beeinflussen. Denn sie sind ja durch ihre Stärke ohne weiteres in der Lage, ihren Einfluß geltend zu machen und sich auf allen bedeutenden Gebieten für die Interessen der Einzelhändler einzusetzen. Sie gewinnen aber dabei durch die Vielseitigkeit ihrer Arbeit einen solchen überblick und ein solches Maß an Erfahrungen, besonders im Verkehr mit der Regierung, den Abgeordneten, den Stadt-, Kreis- und Gemeindebehörden, daß sie jederzeit in der Lage sind, durch sachgemäße Arbeit dem Allgemeinwohle zu dienen. Ihre Stellung bringt es doch mit sich, daß jeder

24) Diese Einteilung entspricht dem offiziellen Mitgliederverzeichnis der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels e. V.

Landesverband in Wirklichkeit die Spitzenorganisation des gesamten Einzelhandels in seinem Freistaat darstellt, und sich als solcher nun auch für dessen Interessen zielbewußt einsetzt, indem er durch Eingaben, Verhandlungen, Entschließungen usw. seine Wünsche den zuständigen Stellen zu unterbreiten sucht. Die dritte Richtung unter den Mitgliedern der Hauptgemeinschaft, die amtlichen Berufsvertretungen, also die Handelskammern, stellt eine wertvolle Ergänzung für die Gesamtheit dar, denn sie dokumentiert durch ihre Mitarbeit, wie man alle Kräfte dem Einzelhandesstand dienstbar zu machen sucht.

Auf diesem Wege wird der gesamte Einzelhandel in seiner ganzen Geschlossenheit durch seine Spitzenorganisation beim Reich vertreten. Es handelt sich dann nicht mehr um kleinere oder größere Gruppen von Volksangehörigen, die im Vergleich zur Masse des Volkes absolut bedeutungslos sein würden, sondern um einen ganzen Stand, der einen wesentlichen Faktor im Wirtschaftsleben ausmacht. Dabei muß man bedenken, daß jeder seiner Äußerungen eine ganz andere Bedeutung dann beigemessen werden muß, wenn es sich um einen geschlossen dastehenden Stand handelt.

Ihrer äußeren Form nach ist die Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels in die des „eingetragenen Vereins" gekleidet, dessen Träger die einzelnen Verbände sind. Infolgedessen entspricht sie auch in ihrem internen Aufbau den im Gesetz festgelegten Erfordernissen; sie unterhält außerdem eine eigene Geschäftsstelle in Berlin NW 7, Neue Wilhelmstraße 2, von der aus die Sachbearbeitung erfolgt.

b) Die Stärke an Mitgliedern.

In den meisten Fällen wird es schwerhalten, einwandfreie Angaben über Mitgliederzahlen zu bekommen, denn die beteiligten Kreise haben im allgemeinen stets ein Interesse daran, daß diese Zahlen geheim bleiben. Man muß in diesem Zusammenhang vor allem berücksichtigen, daß es den Berufsverbänden nur ganz selten möglich ist, den größten Teil der für sie als Mitglieder in Frage kommenden Berufsangehörigen für einen Anschluß zu gewinnen. An und für sich liegt ja darin kein Werturteil für die Tätigkeit des betreffenden Verbandes, da man eben darin eine Tatsache sehen muß, die bei jeder Organisation mehr oder minder in Erscheinung zu treten pflegt. Aber man muß deshalb verstehen, warum man sich so dagegen wehrt, genaue Mitgliederzahlen zu veröffentlichen. Meistens liegt der Grund ja allerdings darin, daß man durch sein Verhalten jede übelwollende Kritik und jede agitatorische Verwertung dieser Zahlen seitens seiner Gegner von vornherein auszuschließen sucht.

Aus diesem Grund war es auch nicht möglich, eine genaue Aufstellung über die Mitgliederstärke der einzelnen Verbände zu erhalten, die der Hauptgemeinschaft angeschlossen sind. Nach den vorliegenden Angaben gehören ihr aber zur Zeit 79 Verbände und 41 öffentlich-rechtliche Berufsvertretungen an, wobei die angeschlossenen Verbände rund 340 000 Einzelhändler umfassen.

Man wird bei dieser Zahl „340 000 Einzelhändler", die als nicht zu hoch anzusehen sein wird, keineswegs annehmen dürfen, daß auch soviel Einzelhandelsbetriebe in der Hauptgemeinschaft verkörpert sind. Denn die Struktur des ganzen freien Organisationswesens bringt es mit sich, daß ein Betrieb oft mehreren Verbänden angehören muß, z. B. einem Reichsfachverband und einem Landesverband (Zweckverband). Daneben gibt es aber auch eine Reihe von Firmen, bei denen es sich auf Grund der besonderen Eigenart ihres Geschäftes als notwendig erweist, in zwei und mehr Fachverbänden Mitglied zu sein, z. B. im Reichsbund des Textileinzelhandels und im Verband Deutscher Wäschegeschäfte und Wäscheherstellter sowie außerdem in dem zuständigen Landesverband. Daraus ergibt sich natürlich, daß die absolute Mitgliederzahl unter diesen Umständen sehr wenig sagt, weil man niemals ohne weiteres in der Lage sein wird, einwandfrei festzustellen, wieviel Prozent der nach der Betriebszählung vorhandenen Einzelhändler organisiert sind.

Es kommt aber noch als weiteres Moment das der Kritik der Mitglieder jedes Verbandes hinzu. Ist die absolute Mitgliederzahl der hinter ihrer Spitzenorganisation stehenden Einzelhändler nicht über jeden Zweifel erhaben, so kann man daraus noch weniger etwas über die darin zum Ausdruck kommende Wirtschaftsmacht und ihren Einfluß auf die Gestaltung des Wirtschaftslebens entnehmen. Denn man muß doch bedenken, daß es innerhalb der Masse der Ver-

bandsangehörigen oft auch eine sehr große Zahl kleiner und kleinster Betriebe gibt, die zwar rein funktionell ihre Tätigkeit ihrem Können entsprechend recht und schlecht ausüben, die aber einen Einfluß auf das allgemeine Wirtschaftsgeschehen niemals werden ausüben können. Umgekehrt wieder gibt es unter den gleichen Mitgliedern meist einige wenige gutgeleitete Geschäfte, die durch die Art der Ausübung ihres Warenabsatzes ihren Kunden wirklich wertvolle Dienste erweisen und damit durch ihre Leistungen auch den Einfluß ihres Verbandes im Wirtschaftsleben stärken.

Mit dieser tatsächlich ausgeübten Wirtschaftsmacht des einzelnen auf Grund der Stellung seines Unternehmens ist aber noch nichts über das Ansehen des betreffenden Verbandes und der Organisationen überhaupt gesagt. Gewiß ist eine solche um so schlagkräftiger, je mehr leistungsfähige Mitglieder sie in ihren Reihen hat und je straffer diese zusammengehalten werden. Aber ihr Ansehen beruht lediglich auf ihren eigenen Leistungen und auf dem Geist, der in ihren Reihen herrscht. Denn wie oft kommt es vor, daß gerade die Einzelhändler, die zuweilen nur kleine Geschäfte haben, durch ihren Idealismus die Leistungen ihres Verbandes inaugurieren und dadurch ihrem Stand oft mehr nützen, als wenn sie es jenen gleichtun würden, die zwar Inhaber größerer Einzelhandelsbetriebe sind, aber jeder Verbandsarbeit skeptisch gegenüberstehen.

Unter diesem Gesichtswinkel wird man den Mitgliederstamm jedes Verbandes betrachten müssen, mag er nun so vielgestaltig zusammengesetzt sein wie er will. Vielleicht verdanken sogar manche erfolgreiche Organisationen gerade diesem Umstand ihre Leistungen; denn es ist doch eine bekannte Tatsache, daß der scharfe Austrag innerer Gegensätze häufig befruchtend auf den Erfolgswillen der Gesamtheit wirkt. Solange große gemeinsame Interessen vorhanden sind, werden kleine Differenzen niemals zersetzend wirken, sondern höchstens ein allmähliches Stagnieren der Verbandstätigkeit verhindern. Deshalb wird ein größerer aktiv hervortretender Verband auch nur in den seltensten Fällen einen vollständig homogenen Mitgliederstamm aufzuweisen haben, wie ihn beispielsweise Th. Esch[25]) sich als

25) Th. Esch, Die Interessenvertretungen des Lebensmitteleinzelhandels, Auszug S. 3.

Grundlage einer Organisation vorstellt und wünschenswert sieht. Dabei muß natürlich der Fall ausgenommen werden, daß es sich um eine Einkaufsorganisation handelt, in die man möglichst nur Unternehmen von ungefähr gleichem Betriebsumfang aufnehmen wird. Aber wenn Esch behauptet: „Es kann sich bei einer erfolgversprechenden Organisationsarbeit nur darum handeln, Einzelmitglieder zu erfassen und nach allgemeinen Betrieben und Spezialgeschäften eine Auswahl zu treffen", so wird sich das in der Praxis nicht immer durchführen lassen. Viel eher wird gerade bei starken Berufsstandsorganisationen der Leitung „ein schwieriges Zusammenbringen" der nach der sachlichen Struktur ihrer Betriebe und ihrer persönlichen Einstellung und Vorbildung verschiedenen Einzelhändler obliegen als eine „Scheidung" vorzunehmen. Hätte man aber eine solche Spezialisation, wie man sie allerdings grundsätzlich vertreten kann, in der Praxis eintreten lassen wollen, dann wäre wohl niemals die Bildung einer zentralen Spitzenorganisation im Einzelhandel möglich gewesen; denn es gibt im Innern einer Gemeinschaft stets gegenteilige Interessen, die überbrückt werden müssen, um nach außen als geschlossenes Ganzes dastehen zu können. Immer aber wird eine große Mitgliederzahl die Grundlage jeder Verbandsarbeit bleiben.

c) Die Vermögenslage.

Eng verknüpft mit der Größe der Mitgliederzahl einer Organisation ist deren finanzielle Stellung. Denn bereits bei der organisatorischen Erfassung neuer Mitglieder ist die Beitragsfrage von ziemlicher Bedeutung dafür, ob ein Beitritt erfolgen soll oder nicht. So betrüblich so etwas vom Standpunkt ideeller Gemeinschaftsarbeit aus gesehen auch ist, so wird man doch niemals daran vorübergehen dürfen. Da das auch in Einzelhandelskreisen der Fall ist, wird man eben dem unbedingt Rechnung tragen müssen. Leider führt das aber vielfach zu der Auffassung, man müßte vor seinem Eintritt in eine Organisation ohne weiteres in der Lage sein, im voraus den pekuniären Vorteil eines solchen Schrittes zu berechnen. Obwohl man über eine solche Ansicht einfach hinweggehen sollte, so ist sie aber doch zu bezeichnend für die Einstellung derjenigen Einzelhändler, die

glauben, derartige Mitgliedsbeiträge sparen zu können, weil ihnen die Vorteile, die die Verbände doch für den ganzen Stand erreichen, auch ihnen ohne eine besondere Vergütung zufallen müssen. Man bedenkt leider dabei aber nicht, wie wenig anständig eine solche Denkweise ist und wie andererseits gerade heute die Verbände durch ihre mannigfaltigen Einrichtungen dem einzelnen ein besonderes Rüstzeug für den Wirtschaftskampf in die Hand geben. Der Organisationsgedanke bezweckt doch nicht nur die solidarische Zusammenarbeit, sondern der einzelne soll doch gerade aus dem Zusammengehen Vorteil für sich ziehen, wobei er natürlich dem Gebotenen vor allem Interesse entgegenbringen muß, um es dann für sich ausnutzen zu können.

Unter diesem Gesichtswinkel wird man dann die Beiträge zu betrachten haben, die die Verbände des Einzelhandels von ihren Mitgliedern fordern. Wenn man dabei immer wieder hervorhebt, daß der organisierte Arbeiter oder Angestellte wesentlich höhere Beiträge an seine Berufsorganisationen zahle, so ist dies ein deutlicher Beweis dafür, wie unvollkommen der Organisationsgedanke im gewerblichen Mittelstand vertreten ist. Denn sonst würde man sich nicht so ängstlich an die absolute Höhe der einzelnen Summen klammern, ohne dabei die jeweiligen Unterschiede in der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit entsprechend mit zu berücksichtigen. Maßgebend muß doch unter allen Umständen für den einzelnen sein, ob ihm die Mitgliedschaft in seiner Berufsstandsorganisation so wertvoll ist, daß er diese Beiträge zu zahlen bereit ist oder nicht. Er darf sich aber in letzterem Falle dann auch nicht wundern, wenn er durch seine persönliche Engherzigkeit mit dazu beiträgt, die Durchschlagskraft seines Berufsverbandes zu mindern, weil derselbe eben nur einen Teil der Berufsangehörigen umfaßt. Zudem wird man niemals in der jeweiligen Beitragshöhe der einzelnen Verbände einen allgemeingültigen Maßstab für ihre Leistungsfähigkeit sehen dürfen, wie es manche „besonders Kritische“ vielfach gern tun möchten. Denn mit der Verwendung von mehr oder weniger Geldmitteln wird niemals der Beweis für das notwendige Vorhandensein einer Organisation zu erbringen sein, sondern nur allein durch deren Arbeit und ihre Erfolge.

IV. Die Aufgaben der Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels bei der gegenwärtigen Wirtschaftslage.

In unserem politisch und wirtschaftlich nur allzu schnellen Zeitablauf ist jeder Berufsstand und jedes einzelne Unternehmen viel enger mit den großen wirtschaftlichen und politischen Vorgängen und Bewegungen verknüpft, als es vor dem Kriege der Fall war. Entscheidungen, die von Staat, Ländern, Provinzen, Kreisen und Gemeinden sowie von internationalen Gremien getroffen werden und welche die ganze Volkswirtschaft treffen, wirken sich im einzelnen Unternehmen viel schneller und oft entscheidender aus als früher. Außerdem hat heute die Vielheit solcher Entscheidungen zu einem bisher nicht erlebten Maß von gesetzgeberischen und verwaltungsmäßigen Arbeiten geführt, welche der einzelne Einzelhändler beim besten Willen in ihren Folgen für seinen eigenen Betrieb niemals übersehen kann. Aus diesem Grunde besteht die Aufgabe eines wirtschaftlichen Verbandes darin, den Mitgliedern soweit wie irgendmöglich die außerhalb ihres eigenen Wirkungskreises liegende Arbeit abzunehmen und sie an einer Zentralstelle und den ihr untergeordneten Stellen verrichten zu lassen.

Die Arbeiten einer Interessenvertretung erschöpfen sich dabei nicht etwa in reinen Fachfragen, sondern sie greifen auf das wirtschaftspolitische Gebiet über und verlangen eingehende Kenntnisse der gesamtwirtschaftlichen, wirtschaftspolitischen und nicht selten auch der politischen Lage. Sie verlangen ständige Verbindungen zu den anderen Wirtschaftsverbänden, den großen Organisationen der Wirtschaft, den Behörden, den Parlamenten und der Öffentlichkeit, die alle mit den Bestrebungen, Sorgen und Wünschen des Einzelhandels bekannt gemacht werden müssen, damit diese mithelfen können, die Interessen des Einzelhandels zu vertreten, soweit sie mit volkswirtschaftlichen Gegebenheiten und Notwendigkeiten nicht kollidieren.

Zur Unterrichtung dieser privaten, halbamtlichen und amtlichen Stellen genügt es natürlich nicht, daß die Wünsche vorgetragen und die Sorgen ausgearbeitet werden, sondern für beides müssen stichhaltige Begründungen gegeben werden, aus denen hervorgeht, daß sich die Stellungnahme der Organisationen des Einzelhandels mit den

Interessen der gesamten Volkswirtschaft verträgt. Andererseits muß damit das Organisationssystem des Einzelhandels durch seine Arbeit gleichzeitig den Beweis seiner Existenzberechtigung erbringen, d. h. daß der Einzelhandel als Stand sich ohne seine Interessenvertretung unter diesen Umständen nicht würde behaupten können.

Demzufolge läßt sich der gesamte Aufgabenkomplex der Organisationsarbeit im Einzelhandel in zwei große Richtungen zerlegen: „Kampf nach außen" und „Reform nach innen". Dabei kann es sich nicht darum handeln, Stellung zu den Arbeitsgebieten zu nehmen, die rein programmatisch in den Satzungen festgelegt sind, sondern wie die heute in den Tätigkeitsbereich der Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels fallenden Einzelhandelsprobleme eine enge Zusammenarbeit des ganzen Standes bedingen und damit ein zentrales Organisationssystem erforderlich machen.

1. Die Interessenvertretung als Kampforganisation.

a) Allgemeine Aufgaben.

Unter der großen Zahl von Aufgaben, für deren Erfüllung die Interessenvertretung sich einsetzen muß, und die als Forderungen nur durch Kampf zu verwirklichen sind, lassen sich unter dem Begriff „allgemein" alle die Angelegenheiten zusammenfassen, deren Erledigung durch die Ausübung des sog. „ungeschriebenen Staatsrechtes" erfolgen kann. Denn „lange vor der Einbringung einer Gesetzesvorlage im Reichstag, Reichsrat oder Landtag haben die Berufsverbände meist Gelegenheit, zu diesen Vorschlägen Stellung zu nehmen und den Inhalt der Entwürfe in ihrem Sinne zu beeinflussen. Insoweit geht die Macht der Verbände weiter als die der Parteien. Es kommt aber noch hinzu, daß die leitenden Persönlichkeiten der Verbände gleichzeitig Mitglieder des Reichstages oder der Landesparlamente sind, und die Verbände dadurch auch auf die Entscheidung über die Annahme bzw. Ablehnung der Entwürfe einwirken. Die Machtstellung der Verbände überragt infolge dieser Verhältnisse schon heute die der Parteien und gibt damit der Gesamtinteressenvertretung in weitem Umfange eine selbständige, politische

Bedeutung"[26]). Auf die Art ist es dem Einzelhandel also möglich, auf allen Gebieten seinen Einfluß geltend zu machen.

b) Spezielle Arbeitsgebiete.

Die besondere Eigenart der Interessenvertretung als Kampforganisation kommt hauptsächlich auf ihren speziellen Arbeitsgebieten zum Ausdruck. Es gehören deshalb hierher:

1. Allgemeine Wirtschaftspolitik.
2. Steuerpolitik.
3. Soziales Gebiet.

aa) Allgemeine Wirtschaftspolitik.

Der Kampf des Einzelhandels auf dem Gebiet der allgemeinen Wirtschaftspolitik ist fast ausschließlich gegen die verschiedenen Bestrebungen und Versuche gerichtet, ihn aus seiner funktionellen Stellung zu verdrängen. Diese Ausschaltungstendenzen gehen dabei von zwei Richtungen aus, einmal von seiten der Lieferanten des Einzelhandels und dann von seiten der Konsumenten. Zwischen beiden stehen die Wirtschaftspartner, die selbst eine einzelhandelsähnliche Funktion ausüben, die aber genau wie bei den anderen Gruppen dem regulären Einzelhandel seine Domäne streitig zu machen suchen.

Die Lieferanten.

Für das Verhältnis des Einzelhandels zu seinen Lieferanten ist das Problem des Warenabsatzes das Entscheidende. Wenn der Einzelhändler seinen Fabrikanten und Großhändlern nicht genügend Ware abzunehmen in der Lage ist, dann wird für diese die Situation insofern besonders kritisch, weil ihre ganze Existenz nur darauf aufgebaut ist, daß sie fortlaufend neue Warenmengen absetzen. Der gegenseitige Wettbewerb pflegt in solchen Fällen sich vor allem in weiteren Unterbietungen auszuwirken, die gewöhnlich dann dazu führen, daß die Warenbestände des Einzelhandels bis zum äußersten gefüllt und seine Betriebsmittel über Gebühr angespannt werden. Die Folge davon ist natürlich, daß der Warenabsatz der Lieferanten noch weiter

26) Kandeler a. a. O. S. 9.

zurückgeht und allmählich in einen direkten Kampf ausartet. In dieser Not kommt es sehr häufig vor, daß Fabrikation und Großhandel aus ihrem natürlichen Selbsterhaltungstrieb heraus zu Maßnahmen ihre Zuflucht nehmen, denen der Einzelhandel von jeher Kampf angesagt hat, wie z. B. der Errichtung selbständiger Detailverkaufsstellen oder des direkten Absatzes an die Verbraucher u. a. m.

Heute stehen sich vor allem die Interessengegensätze auf dem Gebiet der Lieferungs- und Zahlungsbedingungen sehr stark gegenüber, die die Bewegungs- und Entschlußfreiheit jedes Einzelhändlers schwer einzuengen vermögen. In dieser Beziehung ist es besonders das sog. Rabattwesen, das schwere Schädigungen zu verursachen imstande ist. Danach erhält der Einkäufer von seinem Lieferanten bei einem Bezug von beispielsweise 500 Stück 15% Lieferungsrabatt auf die Höhe des Kaufpreises, bei 300 Stück 10% usw., um auf die Art den Kauf größerer Warenposten zu empfehlen. Das Ungesunde eines solchen Systems tritt klar hervor, wenn man die Tatsache berücksichtigt, daß die allermeisten Abnehmer nicht einmal die Vergünstigung des Mindestrabattsatzes zu genießen imstande sind. Damit werden also gerade die um ihre Existenz ringenden Mittel- und Kleinbetriebe, die gewöhnlich das Hauptkontingent der Kunden bilden, schwer geschädigt und in ihrer Konkurrenzfähigkeit beeinträchtigt. Es ist ja gewiß für einen Lieferanten vorteilhafter, einen Großauftrag auszuführen, als dafür eine Anzahl kleineren Umfanges. Aber es darf doch schließlich nicht so weit gehen, daß hier die Vormachtstellung der Produzenten bewußt zur Schädigung eines großen Teiles eines Berufsstandes mißbraucht wird.

Ähnlich liegen die Dinge in bezug auf das Treurabattwesen. Danach gewährt man den Fachgeschäften, die ihren Bedarf ausschließlich bei den Vertragsfabriken und den Vertragsgroßhandlungen decken, einen Vorzugsrabatt z. B. von 10%, der dann von jeder Rechnung abgezogen werden darf. Dieser einheitlich festgelegte „Rabatt wird als Vergütung dafür gewährt, daß durch den Bezug von den Vertragsfabriken und Vertragsgroßhandlungen zur bestmöglichen Beschäftigung dieser Lieferanten beigetragen wird. Dabei wird der Vorzugsrabatt entzogen, wenn auch Fabrikate geführt werden, die

nicht von den Vertragslieferanten stammen“ [27]). Auch hier liegt damit ein System vor, das bei seiner Anwendung die Möglichkeit von Mißbräuchen und Schädigungen der Allgemeinheit im Gefolge hat und so den Einzelhändler in seiner Bewegungsfreiheit hemmt.

In diesen Rahmen gehört damit auch das Problem der Belieferung der Warenhäuser. Solange Warenhäuser und Organisationen bestehen, hat eine Reihe der letzteren dafür gekämpft, daß die Warenhäuser und ihre Einkaufszentralen nicht von den Fabrikanten beliefert werden sollen, deren Erzeugnisse auch von den anderen Einzelhändlern abgesetzt werden. Der Grund für dieses Verhalten ist in der Tatsache zu suchen, daß die Warenhäuser häufig billige und mittlere Qualitäten zu Preisen verkaufen, zu denen sie manche Einzelhändler vielfach selbst einkaufen. Da sie dies aber meist nicht auf Grund irgendwelcher Kalkulationsmethoden oder Manipulationen, sondern durch die Verbindung mit ihren Einkaufsorganisationen können, so wird dagegen niemals etwas zu unternehmen sein, wenngleich dadurch die Interessen der Einzelhändler schwer beeinträchtigt werden, die nicht im Genuß solcher Vergünstigungen sind. Trotzdem darf aber diese Tatsache nicht als maßgeblicher Grund angesehen werden, um die Einzelhandelseigenschaft der Warenhäuser zu verneinen, und um den Lieferanten ihre Absatzfreiheit einzuengen. Denn eine wirtschaftliche Überlegenheit auf Grund größerer Betriebsmittel wird sich stets in erhöhter Leistungsfähigkeit beim Warenangebot äußern. Es kann aber gleichgültig sein, auf welche Art und Weise dies möglich ist, und wer dies ist. Ob der eine Einzelhändler durch günstigen Einkauf oder durch geringere Betriebskosten oder sonst etwas dazu in der Lage ist, immer wird es auf das Endresultat ankommen, wie die Wünsche des Verbrauchers in bezug auf Preis und Qualität zufriedengestellt sind.

Sind diese Gegensätze zwischen Lieferanten und Einzelhändler derart, daß sie volkswirtschaftlich zu Schädigungen der Gesamtwirtschaft führen müssen, oder eine wirtschaftliche Vormachtstellung der Produzenten einseitig ausgenutzt zu werden droht, dann ist es die Aufgabe der Interessenvertretung, hier für die Belange der bedroh-

27) Bestimmung des Treurabattsystems der deutschen Uhrenindustrie.

ten Existenzen einzutreten. Damit zeigt sich aber auch, wie dann nur ein geschlossenes und zielbewußtes Auftreten einer Organisation Aussicht auf Erfolg haben kann, und wie alle Versuche jeder kleineren Gruppe, hier helfend zu wirken, von vornherein zum Scheitern bestimmt sind.

Die Banken.

Eng verknüpft mit den Beziehungen des Einzelhandels zu seinen Lieferanten ist seine Stellung zum Bankwesen. Die innere Verpflechtung unseres ganzen Wirtschaftslebens zwingt den Einzelhändler heute mehr als vor dem Kriege, die Banken als Kreditgeber in Anspruch zu nehmen, besonders weil der größte Teil dieses Berufsstandes durch die Inflation seiner Vermögenssubstanz beraubt worden ist und die Übersteuerung der letzten Jahre eine Kapitalneubildung so gut wie unmöglich gemacht hat. Dazu kommt, daß er durch die Verhältnisse häufig gezwungen ist, selbst längere Kundenkredite einzuräumen. Dem Einzelhandel wird aber seine Stellung häufig dadurch erschwert, daß sich die Banken seinen Kreditverlangen gegenüber ablehnend verhalten, weil eine banktechnische Sicherung nicht immer ohne weiteres möglich ist.

In solchen Fällen ist es eine dringend notwendige Aufgabe für die Interessenvertretung, gemeinsam mit den Banken einen Weg zu finden, der Abhilfe schafft und die Gewährung von Vertrauenskredit ermöglicht. Obwohl die Kreditbank der natürliche Kreditgeber des Einzelhandels sein sollte, müßte namentlich dann, wenn sie diesem Verlangen nicht zu entsprechen in der Lage wäre, der Einzelhandel den Weg zur Selbsthilfe beschreiten, und durch eigene Branchenbanken seinen Kreditbedarf zu befriedigen suchen.

Die Landwirtschaft.

In den Aufgabenkreis der Interessenorganisation als Kampfverband gehört auch die Arbeit für die Warengestaltung. Man versteht darunter die Form, in der die Ware in den Handel gebracht zu werden pflegt. Denn der Absatz der Ware hängt heute zu einem nicht geringen Teil mit davon ab, in was für eine Form sie gekleidet ist,

um den Beifall des Konsumenten zu erhalten und in ihm das Bedürfnis nach Besitz zu erwecken. Das bedeutet natürlich eine Vermehrung der aufzuwendenden Unkosten, die meist nicht zurückvergütet werden, und die der Produzent nur ungern trägt. Man findet diese Tatsache besonders in der Landwirtschaft, die sich beklagt, daß der Einzelhandel zuviel ausländische Erzeugnisse anbietet. Andererseits klagt man in Händlerkreisen, die Landwirtschaft verhalte sich vielfach den Bestrebungen des Einzelhandels gegenüber ablehnend, ihre Erzeugnisse nicht selbst an den letzten Verbraucher abzusetzen, dafür sie aber dem Spezialhandel einwandfrei sortiert und gefällig verpackt zuzuleiten. Die zwischen den beiden Auffassungen stehende Kluft wird von beiden Seiten auf Mangel an guten Willen zurückgeführt, aber es bleibt dabei meist unerörtert, inwiefern sie durch die ganzen Wirtschaftsverhältnisse und zum Teil durch besondere Umstände bedingt wurde. Deshalb ist es hier eine gegebene Gelegenheit für die Organisationen, aufklärend zu wirken und durch Unterstützung den berechtigten Forderungen zu einem Einklang zu verhelfen. Wenn niemand ohne weiteres die bisher innegehabten Bahnen verlassen will und lediglich von seinem Wirtschaftsgegner verlangt, sich auf seine Denk- und Betriebsweise einzustellen, dann muß eben eine solche Ansicht mit aller Entschiedenheit bekämpft werden, damit sie sich auf moderne wirtschaftliche Gegebenheiten einstellen lernt.

Einen Kampf im engeren Sinne führt der Einzelhandel mit der Landwirtschaft, soweit es sich um deren Konsumentenstellung handelt und diese als solche durch ihre Genossenschaften in die Einzelhandelssphäre eingreift. Da dies aber mit der Stellung der Landwirtschaft in ihrer Eigenschaft als Lieferant des Einzelhandels nichts zu tun hat, soll dies erst weiter unten behandelt werden.

Die Wirtschaftspartner.

War es bisher der Wirtschaftskampf von Unternehmen aufeinanderfolgender Wirtschaftsstufen miteinander, so wird dieser zum ausgesprochenen Konkurrenzkampf, sobald es sich um solche der gleichen Wirtschaftsstufe handelt. In diesem Stadium suchen unter den gegenwärtigen Verhältnissen die Gegner des Einzelhandels meist selbst die Einzelhandelsfunktionen auszuüben und durch die Erwer-

bung der Mitgliedschaft in Einzelhandelsorganisationen diese in ihrem Sinne festzulegen.

Die Betriebe der öffentlichen Hand.

Ein solches Beispiel der übernahme des Warenabsatzes an letzte Konsumenten liegt bei den Betrieben der öffentlichen Hand vor. In dieser Beziehung sind es gerade die Städte und Gemeinden, die, da sie heute sehr auf die Hebung ihrer Einnahmen bedacht sind, sich zu dem Zweck auf den verschiedensten Gebieten Erwerbs- oder sog. Beschaffungsunternehmen angliedern, die dann mit dem regulären Einzelhandel in Konkurrenz treten. „Die öffentliche Hand hat aber nur dann ein Anrecht, als ein notwendiger Arbeitseingriff gewertet zu werden, wenn an ihre Stelle die private Wirtschaft nicht treten kann. Es wird immer gewisse große Betriebe, Versorgungsbetriebe, geben müssen, die nicht ersetzt werden können. Aber der große Umfang des Eingriffs der öffentlichen Hand in das Arbeitsgebiet der Selbständigen rechtfertigt die Klagen, die hier von der freien Wirtschaft erhoben werden, weil diese Konkurrenz ihre Betriebe unter Steuererleichterungen und unter Befreiung von allen öffentlichen Lasten führen darf“ [28]). Dazu kommt, daß die städtischen Werke außer ihrer durch ihre Steuerfreiheit bedingten Vorzugsstellung noch die Möglichkeit haben, etwaige Unterbilanzen durch Erhöhung von Gas- und Strompreisen sowie durch andere Gebühren auszugleichen. Somit beruht also die Konkurrenz zwischen ihnen und dem Einzelhandel keineswegs auf freiem Wettbewerb. Da leider heute noch nicht abzusehen ist, wohin eine derartige Politik der Städte und Gemeinden noch führen wird, muß sich deshalb der Einzelhandel von seinem Standpunkt aus mit allem Nachdruck gegen ein derartiges Vorgehen wehren. Denn es geht nicht an, daß hier Steuermittel dazu verwandt werden, einem Berufsstand Konkurrenz zu machen und kostspielige Experimente auf seine Kosten auszuprobieren.

Das Versandgeschäft.

Eine andere Konkurrenz, die an einer Ausschaltung des Einzelhandels ebenfalls mithilft, ist das Versandgeschäft in der oben dar-

28) Reichstagsrede des Senators Beythien über Einzelhandelsfragen i. „Der Ring“, Nr. 12 S. 69, vom 1. Juli 1929.

gelegten speziellen Form, gegen das sich deshalb der Kampf der Organisationen besonders richtet. Denn der Betrieb solcher Versandgeschäfte beruht in den meisten Fällen auf einer irreführenden Reklame, die durch verlockende Angebote eine Täuschung des Publikums bezwecken, indem sie eben vorgeben, leistungsfähiger als der Einzelhandel zu sein. Aus diesem Grunde kämpft der letztere natürlich durch seine Organisationen sehr energisch gegen derartige Unterstellungen und verfolgt mit den gesetzlichen Mitteln alles, was nach seiner Ansicht eine Schädigung des kaufenden Publikums herbeizuführen geeignet ist [29]).

Die Werkskonsumanstalten.

Weitere Eingriffe in die Einzelhandelssphäre finden durch den Handel der Werkskonsumanstalten statt, der sich sowohl in Fabrikbetrieben, bei Banken und zum Teil auch bei Behörden vorfindet. Es ist dies eine aus der Kriegs- und Inflationszeit übriggebliebene Einrichtung, die aber nicht mit den Werkskonsumvereinen verwechselt werden darf, da die Träger dieser Betriebe die Werksangehörigen in ihrer Eigenschaft als Konsumenten sind. Infolge der allgemeinen Warenknappheit während des Krieges und der Inflation war es üblich geworden, daß die Betriebe von sich aus für ihre Arbeiter und Angestellten Waren der verschiedensten Art besorgten. Als aber nach der Stabilisierung dies überflüssig geworden war, beseitigte man keineswegs die bestehenden Werkskonsumanstalten. Im Rahmen der Werkskantinen findet deshalb bis heute ein derartiger Warenverkauf noch weiter statt, wobei den meisten Anstoß die Tatsache erregt, daß die Werksverwaltung vielfach auch noch die Mittel für diese Verkaufsbetriebe zur Verfügung stellt. Dabei brauchen

29) Ein treffendes Beispiel, wie man von anderer Seite die Versandgeschäfte dieser Richtung beurteilt, bietet in dieser Beziehung der Wirtschaftsbericht des Württembergischen Industrie- und Handelstages vom Januar 1928, in dem es heißt (S. 10):

„Eine gewisse Konkurrenz machen der Silberindustrie und damit auch dem Einzelhandel die hauptsächlich in der Solinger Gegend ansässigen Versandgeschäfte, welche, obwohl nur Handelsgeschäfte, versilberte Bestecke „direkt von der Fabrik“ zu „Engrospreisen“ auf Abzahlung zum Versand bringen; da die Abnehmer den Grad der Versilberung nicht nachzuprüfen in der Lage sind, werden sie vielfach durch Lieferung gering versilberter Waren geschädigt.“

nur die tatsächlich erwachsenen Unkosten herausgewirtschaftet zu werden, so daß also sehr viele Waren weit unter Ladenpreis abgesetzt werden können. Außerdem kommt meist noch hinzu, daß sich der Kreis der Abnehmer derartiger Werkskonsumanstalten keineswegs auf die Werksangehörigen beschränkt, so daß also diese Anstalten den regulären Einzelhandel ganz empfindlich zu schädigen vermögen.

Auch hier zeigt sich, daß der einzelne Geschäftsmann zu unbedeutend ist, um wirksam gegen solche Einrichtungen vorgehen zu können. Aus diesem Grunde ist das das gegebene Tätigkeitsfeld für die Interessenvertretung, die wohl nur allein die Möglichkeit besitzt, auf Grund ihres Einflusses eine Beseitigung bzw. Einschränkung dieser Werkskonsumanstalten durchzusetzen. Es würde ja auch sonst ein direkter Widerspruch sein, wenn der Einzelhändler die Erzeugnisse derselben Werke absetzen soll, die durch die von ihnen unterhaltenen Werkskonsumanstalten selbst an einer Verdrängung des Einzelhandels für bestimmte Branchengruppen mitzuhelfen sich bereit finden.

Das Wandergewerbe.

Da das Wandergewerbe in seiner ganzen Struktur und seiner Ausübung gegen den ansässigen Einzelhandel eingestellt ist, so werden diese Gegensätze auch häufig zum Anlaß für die Tätigkeit ihrer Interessenvertretungen. Diese Tatsache zeigt aber, daß das heutige Wandergewerbe keineswegs nur den sog. Bettelhandel umfaßt, d. h. das Hausieren mit Schnürbändern, Postkarten und dergl., sowie jenes unscheinbare Hausierertum, von dem man immer hervorhebt, es biete für viele Personen die beste Gelegenheit, sich ihren Erwerb durch selbständige Tätigkeit zu verdienen. Denn es würde auf die Art verhindert, daß diese Leute der öffentlichen Fürsorge zur Last fielen [30]). Vielmehr zeigt sich gerade damit, daß der wirkliche Gegner des Einzelhandels, der als solcher dann keineswegs zu unterschätzen ist, das kapitalistisch betriebene Wandergewerbe in der Form des Wanderlagers und des systematischen Hausierens ist. Es ist dies ein deutliches Zeichen dafür, wie das Streben nach Absatzsteigerung heute keine Schwierigkeiten und Risiken scheut, um zum Ziel zu gelangen. So

30) Vgl. M. Mohl a. a. O.

bedient sich dieser moderne Gewerbebetrieb im Umherziehen bei der Ausübung seiner Tätigkeit großer Kraftwagen, die als Ausstellungsläger eingerichtet sind, und mit denen regelmäßig Ort für Ort eines bestimmten Bezirkes bereist wird, um so die Errichtung örtlicher Verkaufsstellen unnötig zu machen.

Diese Art, den Kunden Gelegenheit zur Deckung ihres Bedarfes zu geben, ist selbst durch die Art und Weise ihrer Handhabung als „fliegende Unternehmen" durch das Bestehen der Handels- und Gewerbefreiheit in Deutschland ohne weiteres zulässig. Der Einzelhandel sieht aber in der Tatsache, daß das Wandergewerbe, das in dieser Form sehr beträchtliche Umsätze aufzuweisen hat, ganz beachtliche Steuervergünstigungen genießt, eine Benachteiligung seiner Interessen. Diese bevorzugte Stellung des Wandergewerbes beruht dabei darauf, daß die einschlägigen Bestimmungen nicht auf die heutigen Verhältnisse zugeschnitten sind, und infolgedessen diese Art Unternehmen nicht genügend mit zu den kommunalen Lasten herangezogen wird. Dieser Berufszweig genießt dadurch Vergünstigungen, die bei der hohen Inanspruchnahme der Steuerkraft des ortsansässigen Einzelhandels nicht unbeträchtlich ins Gewicht fallen.

Aus diesem Grunde kämpft der Einzelhandel durch seine Interessenvertretung sehr energisch für seine bedrohten Belange, indem er sich bemüht, für die Schaffung der gleichen Konkurrenzbedingungen einzutreten und dafür zu sorgen, daß auch der durchziehende Händler für seinen Teil mit zur Aufbringung der kommunalen Lasten herangezogen wird.

In diesem Kampf des Einzelhandels mit dem Wandergewerbe um die Absatzfreiheit spielen auch die Bestrebungen eine Rolle, die sich für eine Erweiterung der Liste der Waren einsetzen, deren Vertrieb durch den Gewerbebetrieb im Umherziehen verboten ist. Dafür werden genannt: Textilien, Web- und Strickwaren, Teppiche, zum Teil unter Beschränkung auf Orientteppiche, Maulwurfsfelle, Lebensmittel jeglicher Art, Brot- und Backwaren, Margarine, Tabak, Bettelschutzartikel (Postkarten, Zündhölzer, Seife), Schirme, Pelzwaren, optische Artikel, Uhren, hygienische Artikel und dergl. mehr.

Das Jahrmarktswesen.

Eng verwandt mit dem Wandergewerbe ist der Fragenkomplex des Jahrmarktswesens hinsichtlich seiner Stellung zum Einzelhandel. Obwohl zwar einer willkürlichen Vermehrung der Jahrmärkte durch die gesetzlichen Bestimmungen Schranken gezogen sind, versuchen gewisse Interessenten doch mit Vorliebe, sie an manchen Orten neueinzuführen oder wenigstens zu erweitern, sofern sie sich nicht gerade gegen deren endgültige Beseitigung einsetzen müssen. Denn der Einzelhandel kämpft durch die Organisationen heute an den meisten Orten für ihre Aufhebung, da sie sich nach seiner Ansicht längst überlebt haben und ihr Wegfall keinen empfindlichen Verlust verursachen würde. Wenn man vielfach das Verlangen nach Beseitigung der Jahrmärkte damit begründet, daß die dort feilgehaltenen Waren minderwertig und die Geschäftsmethoden jener Händler nicht einwandfrei seien, so wird sich in dieser Beziehung ein Nachweis nicht ohne weiteres führen lassen. Der Jahrmarkt ist eben seiner ganzen Natur nach eine Einrichtung, die dem Absatz billiger Massenware, die teils fehlerhaft, teils unmodern [31]) ist, dient, und die nicht mehr in die modernen Verhältnisse großer Städte paßt. Es wird dabei aber nicht verkannt werden dürfen, daß es auch heute noch Landstädte gibt, die aus wirtschaftlichen Gründen auf die Jahrmärkte keinesfalls verzichten wollen. Denn hier bieten die Markttage den äußeren Anlaß, den die Landbevölkerung für einen besonderen Besuch der Stadt braucht, wobei die notwendig zu erledigenden Besorgungen vielfach nicht das mindeste mit dem Jahrmarkt zu tun haben.

In solchen Fällen ist es Aufgabe der Organisationen, hier einen Ausgleich zu finden, der den Interessen der Beteiligten weitgehendst Rechnung trägt, weil auf der einen Seite der Einzelhandel die Beseitigung der Jahrmärkte wünscht, auf der anderen Seite aber häufig die Stadtverwaltung und auch die kleineren Gasthöfe einen Ausfall ihrer Einnahmen fürchten.

31) Bereits J. G. Hoffmann hat in seinem Buche „Die Befugnis zum Gewerbebetrieb", Berlin 1841, als „Jahrmarktsware" „Fabrikreste und Ladenhüter bezeichnet, die noch ganz brauchbar, nur unmodern, oder mit kleinen Fehlern behaftet sind; so beruht der geringe Preis zum Teil auch auf schlechter Arbeit und schlechtem Material". S. 377.

Der Bahnhofshandel.

In denselben Kreis der Betrachtungen gehören die Beschwerden über die Bevorzugung der Bahnhofsläden hinsichtlich der Verkaufszeiten. Es handelt sich hierbei um die Verkaufsstände, die sich auf den Personenbahnhöfen innerhalb und außerhalb der Sperre befinden, und die dem reisenden Publikum eine Deckung etwa vorhandenen Bedarfes an irgendwelchen Waren ermöglichen sollen. Durch eine entsprechende Bestimmung des Reichsbahngesetzes dürfen aber diese Betriebe dem Verkehr länger offenstehen als die übrigen am Ort befindlichen Geschäfte. Da diese Einrichtung nicht nur dem reisenden Publikum, sondern vielfach auch den am Ort wohnenden Konsumenten zugute zu kommen pflegt, tritt natürlich hierdurch eine Benachteiligung des örtlichen Einzelhandels ein, gegen die derselbe sich durch seine Organisationen wendet. Es stehen sich demnach auch hier zwei Interessensphären scharf gegenüber, die Reichsbahn, die dem Reisenden alle nur denkbaren Annehmlichkeiten zuteil werden lassen möchte, und der ortsansässige Einzelhandel, der auf die Erhaltung seiner Existenz und die Erhöhung seines Umsatzes bedacht sein muß.

Die Verbraucher.

Der Charakter der Interessenvertretung als Kampforganisation kommt dort am schärfsten zum Ausdruck, wo es sich darum handelt, daß der Einzelhandel sich gegen die Absichten der Verbraucher wehrt, die ihn aus seiner funktionellen Stellung zu verdrängen suchen. Die Form, vermittels derer sie dies durchzuführen gedenken, ist die Verbrauchergenossenschaft, der Konsumverein. Da in diesem Falle die Verbraucher den Einzelhandel als überflüssig ansehen, wollen sie ihn durch ihre eigene Tätigkeit ersetzen, indem sie auf genossenschaftlicher Basis ihren Bedarf durch gemeinsamen Bezug zu decken suchen, und dies sogar zu einem geringeren Preise zu ermöglichen glauben, als es der reguläre Einzelhandel vermag.

Dieses Ringen um die Stellung dessen, der den Warenabsatz an den letzten Verbraucher besorgt, ist mehr als nur ein Wettbewerb zwischen Einzelhandel und Konsumgenossenschaft, es ist vielmehr der Kampf um die Wirtschaftsgestaltung. In diesem Kampf um die Ge-

staltung einer Wirtschaftsform, der nun schon Jahrzehnte dauert, ist bisher auf keiner Seite eine klar in Erscheinung tretende Entscheidung erzielt worden. Nach Lage der Sache haben wir heute auf der einen Seite einen mächtig dastehenden vielgestaltigen Einzelhandel und auf der anderen Seite ein hochentwickeltes Konsumvereinswesen. Aber nach wie vor sind zwischen den beiden Wirtschaftsformen große Interessengegensätze vorhanden, ohne daß es bisher einer Seite, weder dem privatkapitalistischen noch dem genossenschaftlichen System gelungen wäre, den Beweis zu erbringen, daß einer als „‚überlebender' im Wirtschaftskampf der bessere Diener an der Volkswirtschaft" [32]) ist. Es wird aber unter allen Umständen zu berücksichtigen sein, daß man bei einer skeptisch ökonomischen Wertung der Marktwirtschaft sich nicht wird der Ansicht verschließen können, daß „die Verbrauchergenossenschaften den freien Einzelhandel immer nur teilweise zu ersetzen vermögen, da sie ihrer ganzen Struktur nach nur „einfache Märkte" bedienen können. Trotzdem werden sie den gewerblichen Einzelhandel überall dort völlig ruinieren, wo sie ihm mit der Belieferung der einfachen Märkte seine Lebensadern zerschneiden. Gewiß werden die zusammenbrechenden Einzelhandelsunternehmen durch neue Wirtschaftsformen ersetzt werden. Wer aber will im voraus beweisen, daß diese neuen Einzelhandelsformen in jedem Falle zusammen mit den Genossenschaften eine wirtschaftlichere Bedienung der Verbraucherschaft mit Notwendigkeit erreichen werden als die früheren Einzelhandelsgestaltungen?" [32]). Daraus erwächst der Interessenvertretung des Einzelhandels die unbedingte Verpflichtung, ihre Mitglieder in diesem Kampf mit allen Mitteln so zu unterstützen, daß sie ihre heutige Position auch weiter zu halten und zu behaupten imstande sind.

Hierfür stehen den Einzelhandelsorganisationen zwei Wege zur Verfügung, auf denen sie sehr viel im Interesse ihres Standes leisten können. Es muß also ihre Aufgabe sein, an den beiden Punkten, die der Einzelhändler unter Umständen für sich ausnutzen kann, anzuknüpfen und geeignete Vorschläge zur Verwertung zu machen. Es sind dies einmal das „Sparsystem" und dann das „Mitgliedswesen" der Konsumgenossenschaften.

32) A. Lampe, „Einzelhandel und Wissenschaft" in Einzelhandel, Jahresgabe 1928, Düsseldorf, S. 9.

Es ist nämlich heute eine Tatsache, daß sehr viele Verbraucher nur deshalb ihren Bedarf im Konsumverein decken, obwohl dieser trotz der allgemeinen Geldknappheit am unbedingten Barzahlungssystem festhält, weil sie durch das Rückvergütungswesen kurz vor Weihnachten eine im Verhältnis zu ihren Einkäufen stehende Dividende erhalten. Diese Beträge bilden für eine große Gruppe von Verbrauchern, zu denen vor allem auch Handwerker und Einzelhändler gehören, den eigentlichen Anreiz, weshalb sie bei der Konsumgenossenschaft ihren Bedarf decken. In solchen Fällen sind sie dann zwar Mitglieder, stehen aber in Wirklichkeit der genossenschaftlichen Idee völlig teilnahmslos gegenüber. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, daß das Streben der Leitung des Konsumvereins eine ausgesprochene Dividendenpolitik ablehnt, also eine systematische Hochhaltung der zur Verteilung gelangenden Dividendenquote zu vermeiden und statt dessen mit diesen Summen die Warenpreise zu verbilligen sucht. Sie steht aber damit im Gegensatz zu der in Mitgliederkreisen herrschenden Meinung.

Hier läßt sich ein „Kampf" gegen den Konsumverein seitens des Einzelhandels nur führen, indem der auf privatwirtschaftlichen Boden stehende Einzelhändler ebenfalls ein entsprechendes „Sparsystem" zur Einführung bringt. Er würde dann damit jenen Verbrauchern einmal den Anreiz nehmen, den ein Warenbezug im Konsumverein bietet, und darüber hinaus hätten sie noch den Vorteil, keine genossenschaftliche Bindung und damit evtl. Aufbringung der Haftsumme eingehen zu müssen, obwohl ihnen sonst die gleichen Vorteile zuteil werden. Aus dieser Erwägung heraus haben die Landesverbände des Einzelhandels von sich aus vielfach eine weitere Entwicklung der organisierten Rabattgewährung gefördert und teilweise recht gute Erfolge damit erzielt. Gerade nämlich die bürgerlichen Mitglieder des Konsumvereins, die dort nur wegen der „Dividende" oder wegen des „Zuschusses zum Wirtschaftsgeld" ohne jede innere Überzeugung gekauft haben, schwenkten dann bei einer Einführung der Rabattgabe durch den Einzelhandel wieder zu ihren alten Lieferanten zurück. Für den Einzelhändler persönlich bedeutet natürlich die Rabattgewährung eine Vermehrung seiner Unkosten, die er aber im Interesse seiner Konkurrenzfähigkeit und der Erhaltung seiner Existenz tragen

muß, wenn er nicht noch mehr Kunden an die Konsumgenossenschaft verlieren will. Darüber hinaus bedeutet die organisierte Rabattgabe ein vorzügliches Mittel, um auch sog. Außenseiter mit zur gemeinsamen Arbeit in der Interessenvertretung heranzuziehen.

In einem engen Zusammenhang damit steht auch der zweite Weg, der unter Umständen die Möglichkeit bietet, ebenfalls im Interesse des Einzelhandels ausgenutzt zu werden. Es ist dies die Aufklärungsarbeit der Organisationen. Man geht dabei von der Auffassung aus, daß dem Konsumverein heute eine große Zahl von Verbrauchern als Mitglieder angehört, die sich auf die Art durch ihre Handlungsweise in Widerspruch zu ihrer eigenen wirtschaftspolitischen Einstellung befinden. Da man nun annimmt, daß die Betreffenden ihre Mitgliedschaft im Konsumverein nicht nur aus falschem Sparsamkeitssinn heraus, sondern vielmehr aus Unkenntnis und allgemeiner Interesselosigkeit erworben haben, so hofft man, sie durch eine zielbewußte Aufklärungsarbeit dem Einzelhandel wieder zuführen zu können. Von diesem Weg verspricht man sich um so mehr deshalb einen Erfolg, weil es großen Kreisen des Mittelstandes auch heute noch nicht zum Bewußtsein gekommen ist, daß die sozialistische Tendenz der Konsumvereine, die gegen das Privateigentum eingestellt ist, sich mit ihrer eigenen privatwirtschaftlichen Denk- und Betriebsweise absolut nicht verträgt. Eine solche Aufklärungsarbeit läßt sich natürlich nur seitens der Organisationen durchführen, die dann auch die Gewähr dafür bieten, daß dieser „Kampf" um den Kunden zwar mit der nötigen Intensität, aber auch mit dem erforderlichen Takt und der entsprechenden Sachlichkeit geführt wird.

Von einem ausgesprochenen Kampf des Einzelhandels gegen die Konsumgenossenschaften ist man wohl dann zu sprechen berechtigt, wenn man dessen Ringen um die steuerliche Gleichberechtigung meint. Die bevorzugte Stellung, die der Konsumverein auf verschiedenen Steuergebieten sein eigen nennen darf, fordert natürlich die Anstrengungen der Interessenvertretung des Einzelhandels mit Recht heraus, denn gleiche wirtschaftliche Rechte ermöglichen allein eine richtige Kalkulation und eine wirkliche Konkurrenz, bei der auch der Verbraucher die jeweils größere Leistungsfähigkeit zu erkennen vermag.

Der Beamtenhandel.

In den Aufgabenkreis der Interessenvertretung als Kampforganisation gehört auch die Wahrung der Belange des Einzelhandels gegenüber den verschiedenen Systemen des Beamtenhandels. Man bezeichnet damit den heimlichen Handel, bei dem einzelne Personen, die ihrer dienstlichen Stellung nach meist Beamte sind, sich unmittelbar mit Großhändlern und Lieferanten in Verbindung setzen, um für sich und ihre Bekanntenkreise unter Umgehung des Einzelhandels Waren „direkt" zu beziehen. Im weiteren Sinne fällt hierunter der ganze Komplex von Einrichtungen, deren Zweck darauf hinausläuft, den Beamten als Verbraucher den Warenbezug unter Ausschaltung des Einzelhandels zu ermöglichen. Nach Syndikus Effer unterscheidet man an Systemen des Beamtenhandels, bei denen also der Warenabsatz ohne irgendwelche Inanspruchnahme des Einzelhandels „direkt" vor sich geht, folgende Arten [33]):

1. Verkauf durch die Wirtschaftsorganisationen der Deutschen Beamtenschaft (Musterausstellungen),
2. Grossistenlieferungen an die Beamtenschaft unter Ausschaltung des Einzelhandels (Wanderlager),
3. Verkauf durch einzelne Beamte bzw. deren Ehefrauen an die Beamtenschaft,
4. Sonderangebote an die Beamtenschaft durch einzelne Firmen des Einzelhandels.

Dabei geht der Verkauf auf folgende Weise vor sich:

1. Versand durch schriftliche Bestellung an die Berliner Zentralgenossenschaft nach vorangegangener Musterausstellung in den einzelnen Städten,
2. Abhaltung von Verkaufsausstellungen,
3. Verkauf durch lokale Beamtengenossenschaften (meistens in Diensträumen und während der Dienststunden),
4. Verkauf durch einzelne Beamte auf dem Wege der Familienwerbung.

Da der Einzelhandel in dieser ganzen Materie eine Schädigung seiner Interessen und eine Einmischung der Beamtenschaft in seine ureigensten wirtschaftlichen Funktionen sah, wandte er sich naturgemäß mit aller Entschiedenheit durch seine Organisationen gegen derartige Ein-

---

33) Vgl. „Beamtenschaft und Einzelhandel" in „Einzelhandel", Jahresgabe 1928, Düsseldorf.

griffe. Denn da Beamtenschaft und Einzelhandel beides wichtige Glieder der Gesamtwirtschaft sind, muß jeder Übergriff in die Sphäre der anderen Berufsgruppe zu Interessengegensätzen führen, deren Austragung dann durch die Organisationen erfolgt. Andererseits hat auch der Einzelhandel ein Recht darauf, daß die Beamtenschaft sich jeder Eingriffe enthält. Denn die Domäne der Beamtentätigkeit ist nicht wie beim Einzelhandel der Kampf um den Markt, um die Gunst der Interessenten, die freie Konkurrenz, sondern sie liegt in der Erfüllung der besonderen Hoheitsaufgaben. Der Beamte ist daher immer das Glied einer Behörde, deren Richtlinien für ihn maßgebend sein müssen. Die Natur der von ihm zu erledigenden Hoheitsaufgaben sollte es aber mit sich bringen, daß der Beamte sich dieser seiner Stellung auch persönlich voll und ganz bewußt wird.

Leider hat die Beamtenschaft aber die Spannung, die zwischen ihrer amtlichen Tätigkeit und der freien Wirtschaft besteht, da die letztere Hoheitsakte sehr oft als etwas Hemmendes und nicht als Förderndes und daher als Eingriffe in ihre wirtschaftlichen Bestrebungen angesehen hat, als persönlich gegen sich gerichtet aufgefaßt. So haben Mißverständnisse sich häufig zu schärfsten Interessengegensätzen entwickelt, die dann zu Eingriffen in die Aufgabengebiete des Einzelhandels geführt haben. — Es kann aber nun nicht der Zweck einer Interessenvertretung des Einzelhandels sein, auf der ganzen Linie einen erbitterten Kampf gegen die Beamtenschaft zu führen. Sondern es wird sich vielmehr darum handeln, einen Interessenausgleich zu dem Besten beider Teile durchzusetzen. Denn dem Einzelhandel „kommt es keinesfalls in den Sinn, die staatsbürgerlichen Rechte der Beamten irgendwie anzutasten oder nach amtlichen Verboten zu streben. Lediglich die bessere Einsicht soll zur Abstellung der ungesunden Verhältnisse, wie sie der Beamtenhandel darstellt, führen. Die Existenz der Warenversorgungsgesellschaften für Beamte, die in den meisten Fällen reine Privatgesellschaften sind und oft jeder Anlehnung an die Beamtenorganisationen entbehren, müßten doch eigentlich auch der Beamtenschaft unerwünscht sein, zumal sie durch die übertrieben langfristige Kreditgewährung der Beamtenkundschaft den gefährlichen Anreiz bieten, über ihre Verhältnisse einzukaufen, in Verschuldung zu geraten und ihre wirtschaftliche Bedrängnis zu verschlimmern. Denn den gewünschten Kredit findet die Beamtenschaft in der ihrem Einkommen angemessenen Höhe ohne den geringsten Preisaufschlag auch in jedem reellen ortsansässigen Geschäft“ [34]). Aus diesem Grunde schon kann es niemals zutreffen, daß im Einzelhandel eine Beamtenfeindschaft vorliegt. Denn vom reinen Interessenstandpunkt aus betrachtet, bedeutet letzten Endes eine kaufkräftige Beamtenschaft für den Einzelhandel erhöhten Umsatz und größere Verdienstmöglichkeit.

Solange aber die Beamtenschaft durch ihre wirtschaftliche Betätigung in die Sphäre des Einzelhandels eingreift, vertritt dieser die Ansicht, daß er sich durch seine Organisationen dagegen wehren muß und nicht eher ruhen darf, bis nicht jeder deutsche Beamte, ganz gleich welche Rangstellung er vertritt und welcher Behörde er angehört, von der Überzeugung durchdrungen ist, daß jede wirtschaftliche Betätigung außerhalb des Aufgabenkreises der Beamtenschaft liegt. Ebensowenig, wie der Kaufmann sich anmaßen würde, in die Funktionen der Beamtenschaft einzugreifen, ebensowenig darf sich ein Beamter oder eine Gemeinschaft von Beamten das Recht anmaßen, den Einzelhandel zu ersetzen.

bb) Steuerpolitik.

Wenn der Aufgabenkreis der Interessenvertretung auf dem Gebiet der Steuerpolitik auch nicht eine solche Vielgestaltigkeit aufweist, wie es hinsichtlich der allgemeinen Wirtschaftspolitik der Fall ist, so dürfte ihm aber doch vom Standpunkt des Einzelhandels aus zumindest derselbe wenn nicht sogar eine höhere Bedeutung beizumessen sein. Denn der Organisation fällt hier die Aufgabe zu, für die Interessen ihres Berufsstandes bei der Bemessung von dessen Anteil an den öffentlichen Lasten einzutreten, weil hierbei ein zäher und erbitterter Kampf um die Höhe des jeweiligen Beitrages der einzelnen Berufsgruppen gekämpft wird. Dabei hat die Interessevertretung ihren Einfluß dahin geltend zu machen, daß die Steuerpolitik der Regierung die Privatwirtschaft in ihrer Produktivität keineswegs beeinträchtigt, sondern dafür die Vorbedingungen für eine Förderung der Kapitalbildung zu schaffen hat.

34) E. H. Sachse, „Einzelhandel“, Jahresgabe 1928, Düsseldorf, S. 52 ff.

Darüber hinaus nimmt einen breiten Raum innerhalb ihrer Arbeit der „Kampf“ um die Gewerbesteuer ein. Dazu trägt vor allem die Tatsache wesentlich mit bei, daß die Gewerbesteuer heute noch keine Reichs-, wohl aber eine Landessteuer ist, die dafür einen bedeutenden Faktor in jedem Landes- und Gemeindeetat ausmacht. Durch die alljährliche Neufestsetzung des Steuerprozentsatzes, zu dem die Kreise und Gemeinden ihrerseits noch Zuschläge erheben dürfen, wird die Mitwirkung der Landesverbände geradezu herausgefordert. Denn infolge des Umstandes, daß der gewerbliche Mittelstand meist nur eine ungenügende Vertretung in den Landes- und Kommunalparlamenten besitzt, ist die Möglichkeit, seine Steuerkraft über Gebühr heranzuziehen, besonders gegeben. Wenn dies bei einer derartigen Konstellation irgendwie verhindert werden soll, dann kann es nur durch die Mitwirkung starker Verbände geschehen. Dabei ist zu berücksichtigen, daß die Organisationen den Vorteil haben, in einem solchen Kampf einen Rückhalt in der allgemeinen Auffassung jedes Einzelhändlers zu finden, der in der Gewerbesteuer lediglich eine Ausnahmesteuer sieht, die nur ihn und seinen Stand in erhöhtem Maße zu den öffentlichen Lasten heranzieht. Die Arbeit der Interessenvertretung, die hier die Unterstützung der Handwerkerorganisationen findet, geht nun dahin, nicht etwa eine Aufhebung dieser Steuer zu fordern, sondern zu verlangen, daß ihr Maß auf einer angemessenen Höhe beschränkt bleibt. Außerdem aber wünscht man seitens des Einzelhandels die Beseitigung jeder steuerlichen Bevorzugung, denn es erscheint unter keinen Umständen recht und billig, daß diese Wirtschaftsgruppe eine ausgesprochene Berufssteuer aufzubringen hat, von der jedoch andere Berufsstände befreit sind. Vor allem rechtfertigt man diese Forderung mit der Gegenfrage, ob die Tatsache des Vorhandenseins eines Gewerbebetriebes als das Merkmal einer besonderen steuerlichen Leistungsfähigkeit anzusehen sei. Die allgemeine Finanznot Deutschlands erfordere auch eine gleichmäßige Inanspruchnahme aller Steuersubjekte im Verhältnis zu ihrer finanziellen Leistungsfähigkeit, weil jede ungenügende Heranziehung zur Deckung des öffentlichen Finanzbedarfes ihrem Charakter nach direkt Steuersubventionen als gleichbedeutend zu erachten sein müsse.

Wie man hier eine klare und verantwortungsbewußte Politik der Regierung wünscht, so erklärt man sich auch andererseits durch sein eigenes Verhalten zur entsprechenden Mitarbeit bereit. Dies trifft hier vor allem neben der Etat- und Steuerkritik für die Tätigkeit der Interessenorganisation des Einzelhandels bei der Ausarbeitung des Steuervereinheitlichungsgesetzes zu, bei dem man durch fachberechtigte Vorschläge die Arbeit der Regierung im Interesse des ganzen Wirtschaftslebens zu erleichtern sucht.

cc) Soziales Gebiet.

Die Tätigkeit der Interessenvertretung auf sozialem Gebiet erstreckt sich in der Hauptsache auf die Beziehungen des Einzelhandels zu seinen Arbeitnehmern. In dieser Eigenschaft ist die Organisation ein ausgesprochener Kampfverband, der die Interessen des einzelhändlerischen Arbeitgebers gegenüber dessen sozialen Gegenspieler zu wahren hat.

Unsere modernen Staats- und Wirtschaftsverhältnisse haben es mit sich gebracht, daß der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer gegenüber und umgekehrt heute wesentlich anders dasteht, als es früher der Fall war. Eine ausgedehnte Spezialgesetzgebung hat das gesamte Arbeitsverhältnis in neue Bahnen gebracht und zwingt nun die Vertragsparteien an die Innehaltung bestimmter gesetzlicher Vorschriften und Abmachungen. So kommt es, daß das Tarifwesen oft besonders einschneidend für den einzelnen Betrieb ist, und den Unternehmer vor die Notwendigkeit stellt, sich zur Wahrung seiner Interessen mit den anderen Arbeitgebern der gleichen Wirtschaftsgruppe zusammenzutun. Daher bildeten sich auch im Einzelhandel Arbeitgebervereinigungen als Tarifverbände, deren Funktionen jedoch in den meisten Fällen von den Landesverbänden oder deren Ortsgruppen übernommen wurden.

In diesem Zusammenhang sind die Möglichkeiten eines maßgebenden Einflusses der Berufsverbände bei weitem am größten hinsichtlich der Gestaltung des Arbeitsvertrages. Der Grund dazu liegt darin, daß die Aufgabe der Verbände, die Förderung der Standesinteressen ihrer Mitglieder, hauptsächlich durch die Beeinflussung der Arbeitsverhältnisse der bei den Mitgliedern beschäftigten Personen

erfolgen kann. Die wirksamste Möglichkeit dazu bietet aber eine Einflußnahme auf den Arbeitsvertrag, entweder durch die Schaffung oder die Mitwirkung bei der Schaffung von Normen, die dann für die einzelnen Arbeitsverträge bindend sind. Da die Grundform dieser Normensetzung auf dem Gebiete des Arbeitsvertragsrechtes der frei vereinbarte Tarifvertrag ist, wirken hierdurch die Verbände völlig selbständig und nur durch die allgemeinen gesetzlichen Vorschriften beschränkt auf die Arbeitsverträge ein. Dabei kann der Staat bei der Normensetzung in der Form des Tarifvertrages insofern mitwirken, als dieser durch behördliche Verbindlichkeitserklärung eines Schiedsspruches zwangsweise geschaffen wird, oder daß ein bestehender Tarifvertrag durch behördliche Allgemeinverbindlichkeitserklärung in seinem Wirkungskreis erweitert wird. Die Arbeit der Organisationen kann sich dabei nur gemäß dem allgemein üblichen Begriff auf die Gestaltung des normativen Teiles des Tarifvertrages, wie Feststellung von Gehalt, Länge der Arbeitszeit, Urlaub, der Kündigungsfristen für die Einzelarbeitsverträge usw., erstrecken, nicht aber auf die Normierung des obligatorischen Teiles, der alle subjektiven Rechte und Pflichten der Vertragsparteien regelt.

Auf dem Gebiet der staatlichen Arbeitsaufsicht erfolgt die Einflußnahme der Berufsverbände durch Beteiligung an der Auswahl der Personen, die die Aufsichtstätigkeit durchzuführen haben, zum Teil unterstützen die Organisationen auch die Behörden bei ihrer Tätigkeit, indem sie entstehende Schwierigkeiten beseitigen helfen. Bei weitem bedeutungsvoller ist der ganze Komplex der Arbeitsstreitigkeiten, der den Charakter der Interessenvertretung als Kampforganisation besonders deutlich hervortreten läßt. In diesem Sinne umfaßt der Begriff der Arbeitsstreitigkeiten die Arbeitsgerichtsbarkeit, das Schlichtungswesen und die Arbeitskämpfe zusammen.

Soweit es sich auf diesem Gebiet lediglich um die Rechtsstellung der Organisationen handelt, so fehlt diese insofern, als ihr keine überragende Bedeutung zufällt. Etwas anderes ist es jedoch, soweit hier ihre außerrechtliche, wirtschaftspolitische Stellung in Frage kommt.

Denn schon in der Arbeitsgerichtsbarkeit sind die Verbände nur in gewissem Umfang als Sachwalter ihrer Mitglieder anerkannt, die als Parteien der Einzelstreitigkeiten in erster Linie der arbeitsrechtlichen Justiz unterstehen. Aber gerade hier wäre eine äußerst günstige Möglichkeit geboten, daß die Organisationen ihre Mitglieder ohne besondere Kosten sachgemäß vertreten könnten, weil Rechtsanwälte am Arbeitsgericht nicht zugelassen sind. Leider ist in dieser Beziehung die Auffassung geteilt, da es eine ganze Reihe von Kammern gibt, die eine Wahrung der Arbeitgeberinteressen des einzelnen Einzelhändlers in seiner Eigenschaft als Prozeßpartei durch Beamte der Landesverbände ablehnen. Dies ist vom Standpunkt der Interessenvertretung aus um so bedauerlicher, als nämlich auf die Art auch jedes Einzelmitglied aus seiner Verbandszugehörigkeit greifbaren Nutzen ziehen könnte.

Was die Auswahl der Arbeitgeberbeisitzer in den Arbeitsgerichten betrifft, so muß diese die berufende Behörde aus den Vorschlagslisten entnehmen, die von den im Gerichtsbezirk bestehenden wirtschaftlichen Vereinigungen der Arbeitgeber eingereicht werden.

Diese Mitwirkung der Berufsverbände bei der Organisation der Arbeitsgerichte und die teilweise durchgeführte Befugnis der Verbände zur Prozeßvertretung bedeutet somit eine ganz beachtliche Anerkennung des Organisationsgedankens.

Auf dem Gebiet des Schlichtungswesens haben die Berufsverbände eine sehr viel stärkere Stellung als innerhalb der Arbeitsrechtsprechung. Denn da es im Schlichtungswesen entscheidend auf die Haltung der Verbände ankommt, entspricht dem auch die Vorrangstellung, die das Gesetz den von den Berufsverbänden vereinbarten Schlichtungsstellen vor den Schlichtungsbehörden einräumt.

So haben die Organisationen nach geltendem Recht eine Vorschlagsbefugnis hinsichtlich der Beisitzer der Schlichtungsausschüsse, ebenso wie ihren Wünschen bei der Auswahl des Vorsitzenden dieser Ausschüsse Rechnung getragen werden soll. Da das Schlichtungsverfahren einen gütlichen Interessenausgleich unter Berücksichtigung der beiderseitigen Kräfteverhältnisse bewirken soll, wird eine Organisation dann am meisten erreichen, je mehr Beteiligte sie auf die Vertretung ihrer Forderungen zu vereinigen vermag. Denn die Schlichtungsbehörden sind dann entsprechend mehr gezwungen, bei ihren Entscheidungen auf die Erfüllung der Wünsche des betr. Interessenverbandes Rücksicht zu nehmen.

Der Zweck der Interessenvertretung als Kampfverband tritt aber am schärfsten auf dem Gebiet des Arbeitskampfes hervor. Da dies jedoch ein außerordentliches Mittel ist, weil es kein gesetzliches Kampfrecht gibt, kann es natürlich auch nur bei außergewöhnlichen Gelegenheiten zur Anwendung kommen. Aber es zeigt sich dann als die schärfste Waffe, die einer Organisation zur Verfügung steht. „Denn der Kampf eines Verbandes ist die höchste Steigerung seiner Wirksamkeit. Daher rechtfertigt sich auch die öffentlich-rechtliche Auffassung des Arbeitskampfes eines Verbandes dadurch, daß er nicht den wirtschaftlichen Vorteil der am Arbeitskampf beteiligten Mitglieder des Verbandes, sondern die Förderung der Standesinteressen bezweckt“ [35]).

Den geringsten Einfluß haben die Interessenorganisationen auf dem Gebiet der Sozialversicherung, da ihnen hier nur ein geringes Maß an Mitbestimmung zusteht. In der Sozialversicherung ist zwar die Selbstverwaltung in weitestem Umfange durchgeführt, aber sie beruht auf besonderen, vom Gesetz geschaffenen und normierten Selbstverwaltungskörpern, ohne daß den Berufsverbänden Gelegenheit zu einflußreicher Mitarbeit gegeben worden wäre. Es steht ihnen lediglich ein mittelbarer Einfluß durch die Wahlen zu den Vertretungen der Arbeitgeber der Versicherten zu.

In diesen Rahmen gehört auch der Kampf des Einzelhandels um die Fixierung der einzelnen Bestimmungen des Arbeitsschutzgesetzes. Denn es finden sich bis jetzt eine ganze Reihe von Vorschriften in dem Entwurf, die direkt gegen die Interessen des Einzelhandels gerichtet sind. Typisch ist in dieser Beziehung für den Kampf der Organisationen auf sozialem Gebiet das Problem des „5-Uhr-Ladenschlusses vor Sonn- und Festtagen“. Die Gegnerschaft des Einzelhandels derartigen Bestrebungen gegenüber gründet sich hier nicht auf ein mangelndes Verständnis für die Wünsche seiner eigenen Angestellten, sondern weil hier durch die beabsichtigte Regelung sein Lebensnerv verletzt zu werden droht. Denn gerade in den Stunden von 5 bis 7 Uhr herrscht an den Tagen vor den Sonn- und Festtagen im Einzelhandel gewöhnlich der größte Verkehr, wobei in den meisten

35) Kandeler a. a. O. S. 62.

Fällen sehr beachtliche Umsätze an die Verbraucher erzielt werden. Auf die Art müssen in vielen Betrieben diese Stunden tatsächlich den Ausgleich für die Ausfälle an den anderen Wochentagen bringen, was natürlich gerade bei der augenblicklichen Geschäftsstagnation nicht unbedeutend ins Gewicht fällt. Vor allem würde eine solche Regelung hinsichtlich der Ladenschlußzeiten auch in den kleinen Landstädten und Gemeinden geradezu katastrophal wirken, weil dort auch jetzt noch nach altem Gewohnheitsrecht die Geschäfte bis spät abends geöffnet sind. Da dies die einfache Folge davon ist, daß die Bevölkerung ihre Einkäufe erst zu erledigen pflegt, wenn sie vom Feld nach Hause kommt, so würde diese dann im anderen Falle ihren Bedarf bei den hausierenden Händlern decken, zum Schaden des ansässigen Einzelhandels. Außerdem aber ist dieser Kampf um die Ladenschlußzeit deshalb von solcher Bedeutung, weil die geplante Regelung nicht nur bei den Betrieben zur Anwendung kommen soll, die Personal beschäftigen, sondern weil sie ausnahmslos alle Einzelhändler in ihrer Eigenschaft als Geschäftsinhaber treffen soll. Berücksichtigt man dazu, wie überhaupt die Arbeitsverhältnisse im Einzelhandel sind, dann kann man erst die Bestrebungen der Interessenvertretung entsprechend würdigen. Denn es liegt nun einmal in der Natur der Einzelhandelsfunktion, daß der Unternehmer Verkaufspersonal braucht, daß aber der Angestellte während der ganzen Dauer seiner Arbeitszeit gar nicht die Möglichkeit hat, ständig intensiv zu arbeiten, sondern sich vielmehr meistens nur in Arbeitsbereitschaft befindet.

Das Ganze zeigt, wie auf dem sozialen Gebiet zwei große Interessengruppen im Gegensatz zueinander stehen, und als Gegenspieler um die Anerkennung und Berücksichtigung ihrer Lebensinteressen streiten, und durch ihre Organisationen miteinander ringen.

So vielgestaltig auch die einzelnen Arbeitsgebiete sein mögen, auf denen die Interessenvertretung in ihrer Eigenschaft als Kampforganisation tätig zu werden hat, so handelt es sich doch im Grunde genommen nur darum, wie der Einzelhandel als geschlossener Berufsstand für seine berechtigten Interessen einzutreten sucht, weil diese für den Bestand seiner Existenz von Bedeutung sind. Dabei darf aber Polemik oder Agitation nicht etwa den Inhalt dieser Kampfarbeit bilden, sondern nur das ernste Streben nach Erhaltung und Ausbau ihres

Arbeitsbereiches. Denn das Ziel der ganzen Tätigkeit muß immer in der Gewährleistung rationellster Bedarfsdeckung der Verbraucher und nicht etwa im eigenen Gewinninteresse zu finden sein, wenn nicht auch die Interessenvertretung ihre Existenzberechtigung verlieren will.

2. Die Interessenvertretung als Reformorganisation.

Wie man von dem einzelnen Menschen mit Recht verlangt, daß er erst dann an die Öffentlichkeit tritt, wenn er innerlich vollständig gefestigt dasteht, so ist dies in noch höherem Maße bei einem ganzen Organisationssystem der Fall. Denn auch hier ist es eine unbedingte Voraussetzung für eine erfolgreiche Arbeit „nach außen", daß der mit seinen Interessenforderungen an die Öffentlichkeit tretende Berufsstand innerlich geschlossen und gefestigt dasteht. Da dies aber meist nur in den seltensten Fällen in größerem Umfange zutrifft, muß es die vornehmste Aufgabe der betreffenden Interessenvertretung sein, den eigenen Mitgliederstamm so zu erziehen, daß alle Schäden und Mißstände innerhalb der eigenen Reihen verschwinden. Aus diesem Grunde umfaßt ihr Aufgabenkreis in ihrer Eigenschaft als Reformorganisation das typische Gebiet der inneren Verbandsarbeit, die gerade unter den heutigen Verhältnissen häufig wichtiger ist als der „Kampf nach außen". Denn die Organisationen haben mit dieser Reformarbeit besonders Gelegenheit, ihre Existenzberechtigung durch praktische Arbeit, die dem Wohl der Allgemeinheit zugute kommt, zu beweisen. In diesem Sinne dient die Verbandsarbeit der Erziehung und Schulung der Berufskollegen insofern, als die Interessenvertretung hier die Verbindung zwischen den einzelnen gleichgerichteten Unternehmungen darstellt und durch die Betonung der gemeinsamen Belange die Förderung des einzelnen in bezug auf dessen Erwerbstätigkeit bezweckt. Dabei lassen sich drei große Aufgabenkomplexe unterscheiden:

1. Erziehung zum Standesbewußtsein,
2. Schulung für den Konkurrenzkampf,
3. Regelung der Wettbewerbsverhältnisse.

a) Erziehung zum Standesbewußtsein.

Die erfolgreiche Wahrung der Berufsstandsinteressen bedingt in erster Linie eine innere Verbundenheit der einzelnen Glieder des Organisationssystems untereinander, die aber nicht etwa rein zufällig, sondern ganz bewußt vorhanden sein muß. Denn gerade durch seine innere Zerrissenheit schädigt sich ein Berufsstand in seiner ganzen allgemeinen Anerkennung und Bedeutung, weil seine wirtschaftliche Notwendigkeit nur in seltenen Fällen diesen Mangel an Zusammengehörigkeitsgefühl zu überbrücken vermag. Der Umfang des Standesbewußtseins ist somit der äußere Ausdruck für den Grad an innerer Verbundenheit, der in dem einzelnen liegt. Leider ist jedoch im deutschen Einzelhandel dieses Standesbewußtsein nicht in dem Maße vorhanden, wie man hätte annehmen sollen. Es finden sich auch heute immer noch weite Kreise, die in ihrem Konkurrenten ohne jeden Grund nur den persönlichen Feind und nicht den Kollegen sehen. Solche Elemente wissen aber nicht, wie sie durch ihre Handlungsweise, die meist nur auf Neid, Mißgunst, Eigenbrödelei und ähnliches zurückzuführen ist, dem Ansehen des ganzen Standes schaden.

Hier ist deshalb ein Gebiet, auf dem die Interessenvertretung durch die Erfüllung organisatorischer Voraussetzungen zur Schaffung von Verständigungsmöglichkeiten berufen ist. Sobald dem einzelnen die Überzeugung beigebracht werden kann, daß nicht nur gemeinsame Not und Sorge, sondern auch gleichgerichtete Interessen alle Berufskollegen verbinden, dann ist die Möglichkeit für eine in Aussicht stehende Besserung gegeben. Wie soll auch ein Verband für die Interessen seiner Mitglieder eintreten, wenn diese selbst nicht die notwendige Organisationsdisziplin aufbringen und den Interessen des eigenen Standes entgegenhandeln? Ein solcher Fall könnte aber dann niemals eintreten, sobald alle Mitglieder über einen entsprechenden inneren Halt und einen gesunden Berufsstolz verfügen würden.

Dabei würde ein solches Ziel gar nicht etwa einen absoluten Idealzustand darstellen, der sich niemals verwirklichen ließe, sondern es würde im Gegenteil vielmehr in greifbare Nähe zu rücken sein, sobald die Organisationen sich der ihnen obliegenden Arbeit intensiv

zuwenden würden. Denn es würde sich sehr gut erreichen lassen, wenn möglichst jeder Einzelhändler sich ohne die üblichen Zweifel und Bedenken von selbst einer zielbewußten Organisation anschließen würde. Wie dann auf die Art die Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels äußerlich ihre wirtschaftliche Machtstellung stärken würde, so würde andererseits auch der einzelne Einzelhändler früher oder später dieser Einflußsphäre auf grund der von ihm geforderten Mitarbeit unterliegen, und sich dann doch aus innerer Überzeugung zu wahrem Standesbewußtsein bekennen. Darin liegt aber gerade die Bedeutung der Erziehung zum Standesbewußtsein durch die organisatorische Erfassung des einzelnen, das dadurch zum Angelpunkt des ganzen Organisationswesens und damit zum Fundament für eine Förderung und geschlossene Wahrung der Standesinteressen wird.

b) Die Schulung für den Konkurrenzkampf.

Darüber hinaus muß sich natürlich die Arbeit einer Interessenvertretung auch solchen internen Aufgaben zuwenden, die in ihrer Form und Gestalt auch für das Fassungsvermögen des einfachen Berufskollegen zugeschnitten sind, ohne daß ihnen etwa dadurch eine geringere Bedeutung beigemessen werden darf.

Da aber die Ausübung der Einzelhandelsfunktion ihrer ganzen Struktur nach einen Kampf um den Absatz der Waren darstellt, der täglich von neuem mit ewig wechselnden Formen und mit mehr oder minder Erfolg geführt wird, so bietet dies natürlich auch ein Tätigkeitsgebiet für die Interessenvertretung in ihrer Eigenschaft als Reformorganisation. Dies ist um so mehr der Fall, weil unter den heutigen Verhältnissen die Führung eines Einzelhandelsbetriebes dauernde Bereitschaft des betr. Unternehmers erfordert, wenn er sich bei diesem Ringen um den Markt behaupten will. Darum wird die Schulung für den Konkurrenzkampf direkt zum Gebot der Stunde. Denn es geht hier nicht um die finanziellen Erfolge des einzelnen, wohl aber um die Behauptung des ganzen Standes, die deshalb in erhöhtem Maße Anregungen zur allgemeinen Leistungssteigerung und Reformen an den Einzelhandlern persönlich mit dem Ziel der Ausrüstung zum Konkurrenzkampf nötig macht.

Die Schulung für den Konkurrenzkampf als innere Reform des Einzelhandels umfaßt vor allem das Gebiet der Rationalisierung. Das heißt hier: systematische Umstellung des Betriebes zum Zweck einer Leistungssteigerung. Denn „auch der Einzelhandel muß, wenn er sich im Wirtschaftskampf behaupten will, aus den alteingefahrenen Geleisen überlieferter Geschäftsführung heraustreten und zur bewußten, alle Möglichkeiten ausschöpfenden rationellen Wirtschaftsführung übergehen“ [36]). Es wird dies vor allem auch deshalb zur zwingenden Notwendigkeit, weil sich heute so gut wie jeder Einzelhändler in einer sehr kritischen wirtschaftlichen Lage befindet, die dann natürlich dem ganzen Stand ihren Stempel aufzudrückn imstande ist.

Die Rationalisierung verfolgt in diesem Zusammenhang hauptsächlich als Ziel die Umsatzsteigerung, denn die Warenumsätze bilden nun einmal für den Einzelhandelsbetrieb dessen Lebensnerv. Da es hier in erster Linie auf die rechnerische Selbstkontrolle des Betriebsablaufes ankommt, fällt darunter der ganze Komplex der Buchhaltung. Schon früher hat man in dieser Beziehung die Forderung nach Einführung der Buchführung für jeden Betrieb erhoben. Aber heute ist es in den meisten Fällen damit schon nicht mehr getan, obwohl es auch jetzt noch eine ganze Reihe von Klein- und Mittelbetrieben gibt, die, wenn sie überhaupt so etwas wie buchmäßige Aufzeichnungen besitzen, so doch keine Buchführung haben, die den modernen Anforderungen wenigstens etwas genügt. Es ist in Einzelhandelskreisen vielfach zuwenig bekannt, daß die meist zu großen Lagerbestände die Ursache für die unrentable Betriebsführung bilden, und wie dies nur wirksam bekämpft werden kann, wenn eine genaue Statistik Aufschluß über den Bedarf gibt. Von nicht geringerer Bedeutung ist es hierbei, gefühlsmäßige Kalkulationen — auch eine Folge fehlender Buchführung — und solche, die sich nur nach dem Schaufenster der Konkurrenten richten, durch genauere Selbstkostenberechnungen und weitgehende Durchleuchtung aller Unkosten und Tatsachen zu ersetzen, die für die Kalkulation einer Ware von Bedeutung sind. Mit einer solchen Kalkulationsumstellung muß natürlich eine Lagerum-

36) Lampe, Badischer Einzelhandel, Nr. 17, 31. Jahrg., S. 271.

stellung Hand in Hand gehen, die sich aber meist ohne großen Kostenaufwand durchführen läßt. Denn wie sollte dann eine Betriebsführung rationell arbeiten können, wenn das Unternehmen über beträchtliche Lagerbestände verfügt, die sich bei genauerer Prüfung als unverwertbar erweisen, weil zuwenig moderne Ware, aber dafür um so mehr veraltete und unverkäufliche vorhanden ist?

Ähnlich liegen die Verhältnisse beim Warenabsatz, denn auch hier ist in den meisten Fällen eine Schulung der Berufsmitglieder unbedingt notwendig. Der Grund dafür ist in der Tatsache zu sehen, daß sich in den Verkaufsmethoden im Laufe der letzten Zeit ebenfalls eine Wandlung vollzogen hat, wonach die Konsumenten heute an den Einzelhändler hinsichtlich seiner Verkaufsqualitäten wesentlich höhere Anforderungen als früher stellen. Infolgedessen gehört dieses Gebiet auch mit in den Rahmen der Aufgaben einer Interessenvertretung des Einzelhandels. Man sucht dies praktisch durch die Abhaltung von Verkaufsberatungskursen zu erreichen, indem man auf die Art den Einzelhändler persönlich und sein Personal für den Dienst am Kunden schulen und weiterbilden will. Denn schließlich ist doch der Absatz der Ware an den Verbraucher für jeden Einzelhändler heute bei dem vielseitigen Angebot schon deshalb eine besondere Kunst, weil der Kunde sich häufig über seinen Bedarf gar nicht im klaren ist, sondern ihn erst durch den Verkäufer geweckt sehen möchte. Die Interessenvertretung muß deshalb hier vor allem dafür sorgen, daß durch ihre Arbeit Verkaufskunst, „Verkaufspsychologie“ und individuelle Kundenberatung wie bisher die ureigene Domäne des selbständigen Einzelhandels bleiben. Gerade die mittleren und kleineren Betriebe können auf die Art bedeutend in ihrer Konkurrenzfähigkeit gestärkt werden und sehr viel für die Sicherung ihrer Existenz tun, zumal sie sich bisher schon hauptsächlich durch die besondere Form ihres Kundendienstes gegen alle Auffaugungsbestrebungen erfolgreich gewehrt haben.

In diesem Fall gehören hierher als Mittel zur Schulung für den Konkurrenzkampf und damit zur systematischen Leistungssteigerung alle die gemeinsamen Veranstaltungen der Verbände, die sich mit der Verkaufstechnik befassen, wobei stets der Anlaß sowie Zweck und Ziel jeder Verkaufsausbildung die Absicht einer Steigerung der Betriebs-

umsätze ist. Da es aber bei dem allzu vielseitigen Warenangebot und der so verschiedenen Einstellung des kaufenden Publikums natürlich schwer ist, in allen Fällen jedesmal den richtigen und erfolgreichen Weg der Behandlung des Kunden zur Anwendung zu bringen, jeder einzelne aber darin seine eigenen Erfahrungen hat, so ist ein gegenseitiger Austausch in dieser Beziehung immerhin für alle Teile von beachtlicher Bedeutung. Denn durch diese Anregungen findet der Einzelhändler nach dem Urteil der Beteiligten eine wertvolle Bereicherung seiner Kenntnisse hinsichtlich der Beurteilung und Behandlung der einzelnen Kunden- und Käufertypen, was ihm natürlich dann für die Führung seines Geschäftes von Vorteil ist. Außerdem aber bedingt die spezielle Abwicklung und Technik des Verkaufens, wie Verkaufsgespräch, Vorlegen der Waren, Umtausch, Reklamationen usw., eben eine systematische Ausbildung, die sich gerade unter den heutigen Verhältnissen niemals durch guten Willen allein ersetzen läßt, es sei denn, jemand verfügt über eine weit über den Durchschnitt stehende Vorbildung und eine sehr scharfe Beobachtungsgabe. Ob es sich aber trotzdem so ganz ohne Anleitung auskommen lassen wird, bleibt dabei immer noch die große Frage. Man ist bei dieser Arbeit, der Schulung für den Konkurrenzkampf, aber nicht bei dieser letzten Aufgabe des Einzelhändlers, beim Verkaufsakt dem Kunden gegenüber, stehengeblieben, sondern man hat versucht, auch die vorangehenden, für den Verkaufserfolg entscheidend wichtigen Stadien in den Unterricht einzubeziehen, wie Kalkulation, Einkauf, Lagerhaltung, Vorbereitung der Ware zum Verkauf, Reklame und Statistik als die Anleitung zur Selbstkontrolle und Erziehung. Es wird dabei nichts anderes beabsichtigt, als Erfahrungen und Ansichten, die sich auf einen großen Kreis von Tatsachen aus der unmittelbaren Betriebspraxis stützen konnten, durch praktisch geschulte Vertreter der Betriebslehre und durch selbständige Einzelhändler den anderen Kollegen und ihren Mitarbeitern zu vermitteln. Denn man muß immer berücksichtigen, daß die „Bedienung“ im Einzelhandel stets einen Lebensnerv darstellt.

Mit dieser Materie ist eng die Vorsorge der Verbände für die Ausbildung eines geeigneten Nachwuchses verknüpft, weil „Qualitätsleistungen auf die Dauer unmöglich sind ohne einen festen Stamm

williger und an ihren Aufgaben intereſſierter Arbeitskräfte“ [37]). Die Arbeit der Organiſationen geht dabei dahin, die Ausbildungsarbeit der kaufmänniſchen Berufsſchulen zu überwachen und im Sinne ihrer eigenen Ziele zu beeinfluſſen, ſoweit Reformen in dieſer Beziehung notwendig ſind. Außerdem wollen ſie die Lehrherren in jeder Weiſe unterſtützen, denn der Nachwuchs ſoll nicht etwa in der Lehrzeit eine billige Arbeitskraft für den Betrieb bilden, ſondern er ſoll zu wirklichen Mitarbeitern erzogen werden, die einſtmals die Arbeit fortführen können, die heute noch im Werden begriffen iſt. Dabei iſt die Erziehung des Nachwuchſes im Einzelhandel deshalb von ſolcher Bedeutung, weil ſeine ganze Struktur ein beſonderes Vertrauensverhältnis zwiſchen Geſchäftsherrn und Angeſtellten erforderlich macht, da jeder Verkaufende im Betrieb vollſtändig ſelbſtändig die Ausführung der Einzelhandelsfunktion übernimmt und damit auch das entſprechende Riſiko für den Betrieb. Dies iſt natürlich nur möglich bei einer Einſtellung, die ſich feſt auf den Geſchäftsgrundſätzen aufbaut, und die jedem einzelnen vom erſten Tage ſeiner Lehrzeit an vertraut ſein muß. Denn nur ſo wird der Einzelhandel einen Konkurrenzkampf zu führen und dabei Erfolge zu verzeichnen imſtande ſein. Der wirtſchaftliche Kampf wird eben heute mit Worten und Behauptungen nicht ausgefochten, auch nicht etwa mit einem Anruf an das Mitleid und die Gutmütigkeit des kaufenden Publikums, ſondern einzig und allein durch Leiſtungsfähigkeit und Ertüchtigung im Beruf, deren unbeeinflußbare Gradmeſſer ſtets: Preis und Qualität der Ware ſein werden.

Unter dieſem Geſichtswinkel bedeutet die Arbeit einer Schulung für den Konkurrenzkampf ſeitens einer Intereſſenvertretung wohl Kundenwerbung und Umſatzſteigerung und damit vergrößerten Nutzen zwar für den Einzelhändler perſönlich, aber darüber hinaus auch zugleich für den ganzen Stand, wobei ſie dann in dieſem Sinne auch „innere Reformarbeit“ iſt. Schließlich iſt ja auch nicht die Betriebsform und nicht die Zahl der Angeſtellten ausſchlaggebend für die Entwicklung eines Geſchäftes, ſondern es ſind dies der kaufmänniſche Geiſt und die perſönliche Tüchtigkeit der Leiter des Unter-

37) Lampe, Badiſcher Einzelhandel, Nr. 17, 31. Jahrg., S. 271.

nehmens. Auf dieſem Gebiet dürfen ſich alle Kaufleute im deutſchen Einzelhandel jederzeit im ehrlichen Kampfe um den größten geſchäftlichen Erfolg begegnen, und die Tüchtigſten ſollen die anderen anſpornen, es ihnen nachzutun. Denn das iſt für das Anſehen des deutſchen Einzelhandels viel wichtiger als die Ausfechtung von angeblichen Intereſſengegenſätzen, die an den weſentlichen Dingen vorübergehen und die dem Anſehen des Berufsſtandes nur ſchaden, aber nicht nützen.

c) Regelung der Wettbewerbsverhältniſſe.

Die Reformarbeit der Intereſſenvertretung des Einzelhandels durch die Schulung ihrer Mitglieder für den Konkurrenzkampf verfolgt dabei darüber hinaus noch den Zweck eines regelnden Einfluſſes auf das ganze Gebiet der Wettbewerbsfragen. Obwohl wir in Deutſchland ein recht umfangreiches Wettbewerbsrecht beſitzen, und ſich der Konkurrenzkampf im allgemeinen in den geſetzlich erlaubten Bahnen bewegt, iſt der gegenſeitige Wettbewerb doch ſehr oft immer wieder der Anlaß für zuweilen recht unerquickliche innere Streitigkeiten. Denn infolge der heutigen Wirtſchaftslage iſt der Wettlauf um den Abſatz der Ware erbitterter denn je. Daher kommt es dann auch, daß es immer wieder einzelne Unternehmen gibt, die trotzdem Beſonderes erreichen wollen und bekanntlich bei derartigen Anſtrengungen über das Ziel hinauszuſchießen pflegen. In ſolchen Fällen muß ſich dann die Organiſation als die Stelle erweiſen, die je nach Lage der Sache entweder vermittelt oder für die benachteiligten Intereſſen der übrigen Einzelhändler eintritt. Es wird niemand zu verlangen wagen, daß der Konkurrenzkampf unterbleiben ſoll, aber er muß in ſolchen Formen geführt werden, die nicht etwa die Würde und das Anſehen des ganzen Standes verletzen. Dieſes Ziel läßt ſich erreichen, indem die Verbände auf ihre Mitglieder erzieheriſch einwirken und ſie mit Rat und Tat unterſtützen, ſowie indem ſie rückſichtslos gegen alle Manipulationen vorgehen und deren Unterlaſſung durchſetzen. Beſonders hierbei können ſie ſehr viel zu einer ſachlichen Gemeinſchaftsarbeit beitragen und perſönliche Anfeindungen von vornherein dadurch ausſchließen, daß ſie von ſich aus für eine entſprechende Beſeitigung eintreten.

Die eigentliche Domäne der Reformarbeit innerhalb des Einzelhandels ist aber in diesem Zusammenhang vor allem der Kampf gegen die Ausartungserscheinungen im Wettbewerb.

Dazu gehört das Zugabeunwesen. Denn die Anstrengung um die Gunst des kaufenden Publikums läßt viele Einzelhändler immer wieder dazu greifen, sich dessen Zuneigung durch Geschenke zu erkaufen. „Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft" ist dann stets die Entschuldigung, mit der man sein Verhalten zu rechtfertigen sucht. Gewöhnlich fängt es mit kleinen wertlosen Reklameartikeln an und steigert sich dann so weit, daß zum Teil wertvolle Gebrauchsgegenstände „zugegeben" werden, nur um einen Anreiz zum Einkauf zu bieten. Die Arbeit der Interessenverbände ist in diesem Zusammenhang darauf gerichtet, derartige Mißstände zu beseitigen, weil die Zugabe von Waren, die einen Eigen- oder Gebrauchswert besitzen, stets einen Eingriff in die Einzelhandelstätigkeit einer anderen Branche darstellt. Außerdem muß der Umstand, daß heute niemand in der Lage ist, die Kosten für die Zugabe ohne entsprechenden Gegenwert selbst zu tragen, daß sie also in den Preis des gekauften Gegenstandes eingerechnet sind, zu einem Argwohn beim Publikum führen. Da man aber überhaupt leicht geneigt ist, die wirtschaftliche Notwendigkeit des Einzelhandels abzulehnen, ist es natürlich dringend erforderlich, daß alles vermieden wird, wodurch das Ansehen des ganzen Standes diskreditiert werden könnte. Soweit aber die gend erforderlich, daß alles vermieden wird, wodurch das Ansehen des ganzen Standes diskreditiert werden könnte. Soweit aber die Selbstdisziplin noch nicht groß genug ist, um solchen Zugabenunfug überhaupt nicht aufkommen zu lassen, ist es eine Aufgabe der Interessenvertretung, hier für eine entsprechende Klarstellung zu sorgen. Leider haben die Verbände aber gerade auf diesem Gebiet mit am meisten zu tun, da man sich auch im Zugeben gegenseitig zu überbieten sucht und dabei alle möglichen Formen und Arten zur Anwendung bringt.

Eng verknüpft damit ist das Borgunwesen. Aus der Angst heraus, den Kunden etwa zu verlieren, wird in vielen Fällen den Leuten ein Kredit eingeräumt, der meist direkt unverantwortlich zu nennen ist. Denn ganz von selbst ergibt sich dabei, daß die betreffenden Leute durch diese Borgschwäche über ihre Verhältnisse leben und natürlich schwer in Schulden geraten. Zugleich wird aber damit

die Leistungsfähigkeit des kreditgebenden Einzelhändlers beträchtlich gemindert, weil sein Betrieb nicht auf Borggeschäfte eingestellt ist, und ihm die außenstehenden Betriebsmittel natürlich fehlen. Die Arbeit der Interessenvertretung des Einzelhandels geht in den letzten Jahren besonders dahin, hier durch Schaffung einer einheitlichen, streng geregelten Rabattgewährung den Anreiz für das Borgunwesen durch die Aussicht auf Sondervergütungen zu beseitigen. Für beide Teile, sowohl Käufer wie Verkäufer, ist das Barzahlungssystem das bei weitem gesündeste. Dabei ist es doch daneben noch die erfolgreichste Reklame für eine Erziehung der Konsumenten, ihren Bedarf durch Kauf am Orte zu decken.

Damit soll allerdings nicht gesagt sein, daß die organisierte Rabattgewährung in der Form der Rabattmarke eine so günstige Einrichtung sei, daß sie in jeder Beziehung zu befürworten sei. Trotzdem stellt sie aber eine solche Einrichtung dar, daß sie heute weniger als Kampfmittel gegen die Konsumvereinsbewegung als vielmehr gegen das Borgunwesen an Bedeutung gewinnt. Da durch das herrschende Überangebot an Waren und die allgemeine Geldnot das Borgunwesen besonders gefördert wird, bildet die organisierte Rabattgabe ein willkommenes Erziehungsmittel zur Verbandsdisziplin. Die dadurch entstehenden erhöhten Unkosten werden wettgemacht durch einen desto sicheren Eingang von Bargeld, andererseits brauchen diese Mehrkosten schon deshalb zu einem bestimmten Teil gemacht durch einen desto sicheren Eingang von Bargeld, andererseits brauchen diese Mehrkosten schon deshalb zu einem bestimmten Teil nicht besonders einkalkuliert zu werden, weil man doch auch früher mit einem Verlust der verborgten Beträge in einem gewissen Prozentsatz rechnen mußte. Außerdem wird aber durch die einheitliche Rabattmarke ein Abwandern der Konsumenten in die Unternehmen verhindert, die durch ihre Einstellung Gegner des Einzelhandels sind, die aber als solche dann von der Rabattgemeinschaft ausgeschlossen sind. Einen Nachteil bedeutet die Einführung von Rabattsystemen dann, sobald dadurch eine Gefährdung des Grundsatzes eintritt, durch eine scharfe und genaue Kalkulation das Vertrauen der Käuferschaft zu erhalten und zu festigen. Hier können natürlich sich zeigende Schäden nur durch unbedingte Zusammenarbeit beseitigt werden, sofern man nicht das Vertrauen der Käuferschaft irgendwie verlieren will.

Eine rege Zusammenarbeit wird auf dem Gebiet des Sonderveranstaltungswesens notwendig sein, wenn hier eine innere Reformarbeit geleistet werden soll. Bisher war es in jedem Einzelhandelsbetrieb als besonders schmerzlich empfunden worden, daß man Schwankungen in der Betriebsleistung, die meist saisonmäßig bedingt waren, so gut wie machtlos gegenüberstand, weil man keine Möglichkeit sah, einen Ausgleich zu finden. Zudem bedeutet aber jede schwankende Betriebsausnutzung letzten Endes Leerlauf, weil Aufwendungen, also Kosten entstehen, denen keine Erträge entsprechen; diese Minderausnutzung wirkt damit nachteilig auf die Erfolgserzielung. Um nun durch eine möglich gleichmäßige Beanspruchung der Betriebseinrichtungen das Optimum der Betriebsleistung zu erreichen, ist man seitens der Großbetriebe im Einzelhandel seit einiger Zeit ganz systematisch dazu übergegangen, eine Sonderveranstaltung der anderen folgen zu lassen, um so den Betrieb dauernd im Laufen zu erhalten. Eine solche Politik ist natürlich eine Überspannung, denn es ist einfach ein Unding, wenn 48 Wochen im Jahr jede Woche dem Publikum ein „Sonder"-Angebot gemacht wird, während die restlichen 4 Wochen von den gesetzlichen Inventurausverkäufen ausgefüllt sind. Da es auf Grund der gesetzlichen Bestimmungen leider nicht möglich ist, dagegen einzuschreiten und diese Sonderveranstaltungen auf ein allgemein erträgliches Maß zurückzuführen, diese Materie aber geeignet ist, schwere Mißstimmung in den Kreisen des mittleren und kleineren Einzelhandels hervorzurufen, ist man neuerdings dazu übergegangen, hier einen Ausgleich der gegenteiligen Interessen durch den Abschluß von Konventionen anzustreben. Durch solche lokalen Vereinbarungen hofft man, den ganzen organisatorischen Aufbau der Interessenvertretung des Einzelhandels vor einer schweren inneren Krise zu bewahren, zu der die Entwicklung des gegenseitigen Wettbewerbs früher oder später doch geführt hätte.

V. Die allgemeinen Ergebnisse der Interessenorganisation und ihre Bedeutung.

Wenn es sich hier darum handelt, festzustellen, welche Ergebnisse, die Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels bei ihrer Arbeit bisher zu verzeichnen gehabt hat, so wird man sich vorher fragen müssen, ob man hier überhaupt von Ergebnissen wird sprechen können. Denn die ganze Natur der Interessenvertretung liegt doch mehr oder minder auf politischem Gebiet, auf dem man nur selten klar hervortretende Ergebnisse nachweisen kann. Fast immer liegen die Verhältnisse doch so, daß das Erreichte den vereinten Bemühungen größerer Kreise, die also über den eigenen Berufsstand hinausgehen, zuzuschreiben ist, oder daß es auf geschlossene Vereinbarungen von breiterer Basis zurückgeführt werden muß. Unter diesem Gesichtswinkel wird man auch die Ergebnisse der Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels zu betrachten haben. Deshalb wird in diesem Fall auch das Wichtigere sein, welcher Anteil an der Arbeit, die zu dem Erreichten geführt hat, ihr zuzuschreiben ist, und welche Voraussetzungen dies gewährleistet haben, weil man immer wieder auch der gleichgerichteten Arbeit anderer Stellen entsprechend Berücksichtigung schenken muß. Unter den Begriff der gleichgerichteten Arbeit fällt dabei neben den Bemühungen der amtlichen Interessenvertretung des Einzelhandels, durch die Industrie- und Handelskammern, vor allem die Tätigkeit der politischen Parteien. Das offizielle Programm jeder bedeutenderen Partei sieht doch auch eine Vertretung der Interessen des Einzelhandels vor, um möglichst viele Stimmen auch aus diesem Stand bei der Wahl zu erhalten. Der positive Erfolg dieser Bemühungen wird aber stets davon abhängen, wie weit das einzelhändlerische Element in der Partei und unter den Abgeordneten der Partei vertreten ist. Außerdem wird dabei maßgebend sein, ob unter den gegebenen Umständen ein Eintreten der Partei für den Einzelhandel tragbar sein wird oder nicht. Daher kommt es dann auch, warum die auf rein sachliche Arbeit eingestellte, unpolitische, freie Interessenvertretung erfolgreicher zu arbeiten imstande ist und den Interessen des Einzelhandels mehr nützen kann, als es eine politische Partei vermag.

Wenn daher die „Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels“ 1929 auf ein 10jähriges Bestehen zurückblicken kann, so ist das allein schon mehr als nur ein Ergebnis, sondern es ist dies ein Markstein in der Geschichte dieses Berufsstandes dafür, daß der deutsche Einzelhandel damit 10 Jahre über ein geschlossenes Organisationssystem verfügt. Die großen Interessengegensätze im Innern, die zweifellos vorhanden sind, haben sich demnach durch ein zielbewußtes Wollen dahin überbrücken lassen, daß der ganze Stand in einer einzigen Interessenvertretung zusammengefügt ist, und daß ihr heute kein namhafter Verband mehr fernsteht.

1. Die Stellung der Interessenvertretung des Einzelhandels im gesamten deutschen Organisationswesen.

Obwohl alle anderen Berufsstände sich schon längst organisiert hatten, zum Teil sogar zu einer Zeit bereits, als im deutschen Einzelhandel noch überall Uneinigkeit und Eigenbrödelei an der Tagesordnung waren, ist es ihm doch gelungen, in diesen 10 Jahren sich eine solche Organisation zu schaffen, die dem Einzelhandel in seiner ganzen Vielgestaltigkeit vollauf Rechnung trägt. Außerdem aber reiht sich seine Interessenvertretung würdig den anderen Organisationen an und dokumentiert, daß in ihr ein Stand vertreten ist, der von einem Willen beherrscht ist. Das ist aber gerade das Bemerkenswerte an dem Organisationssystem des deutschen Einzelhandels. Denn sein heutiger Stand ist in seinem Gesamtaufbau geradezu der Ausdruck eines zielbewußten Organisationsgedankens. Der Erfolg liegt dabei darin, daß der Einzelhandel als Stand durch seine Interessenvertretung sich erst Anerkennung im öffentlichen Leben, bei Behörden, Parlament und Presse errungen hat und heute wieder über ein Ansehen verfügt, wie er es früher noch nie besessen hat.

Das Organisationsproblem ist zwar unter den heutigen Verhältnissen zu einer Zeiterscheinung geworden, wenn man es nicht sogar als eine Folge und damit als Notwendigkeit unserer parlamentarischen Verfassung in Staat und Wirtschaft ansehen will. Zugleich liegt darin aber auch ihre Gefahr. Denn es ist die Frage, ob dieses ganze System letzten Endes nur ein großer Apparat ist ohne eine eigene wirtschaftliche Bedeutung, dessen Leerlauf aber der Volkswirtschaft jährlich

ungeheure Geldmittel kostet, die anderswo nützlichere Verwendung finden könnten, oder ob es der Ausdruck einer beginnenden Umschichtung, einer erst kommenden Entwicklung sein kann. Einen Leerlauf und einen unwirtschaftlichen Aufwand wird man aber überall dort als vorhanden ansehen müssen, wo sich die Tätigkeit der Verbände in ihrer eigenen Erhaltung erschöpft. Denn man sieht als „das Zeichen eines gutgeleiteten Verbandes an, daß er nicht nur verwaltungsmäßig arbeitet, sondern daß er Kräfte entbindet, daß er den Mitgliedern praktisch ein Vielfaches von ihren Beitragszahlungen herausgeben kann, daß er Organisationen schafft, die den einzelnen Kaufmann entlasten, die großzügiger und zweckmäßiger für ihn sorgen, als es ihm selbst möglich ist, die die sachliche Erfahrung aller nutzbar machen für den einzelnen“ [38]).

In der Interessenvertretung ist aber heute, und das ist gerade ihr Verdienst, der Gemeinschaftsgedanke zur Tat geworden. Der einzelne ist unter ihrem Einfluß zum Kollektivwesen geworden. Denn obwohl der Einzelhandelsstand alles andere eher als eine homogene Masse ist, hat sich diese Entwicklung auch hier durchgesetzt. Es ist die Eigenart des Einzelhändlers, jegliche Bindung der persönlichen, wirtschaftlichen Handelsfreiheit abzulehnen, um sich die volle, schrankenlose wirtschaftliche Selbständigkeit zu wahren. Er ist von Natur aus ausgeprägter Individualist, viel individualistischer als alle übrigen Gruppen und deshalb bäumt er sich dagegen auf, mit den anderen auf eine Stufe gestellt zu werden. Dabei verkennt er die grundlegenden Bedingungen und schädigt dadurch sich und seinen Stand, weil eine allzu starke individualistische Einstellung heute im Zeitalter der Organisation, in der alle Wirtschaftskräfte sich auf das engste kartelliert haben, zu einem großen wirtschaftlichen Nachteil für den Einzelhandel führen mußte. Der Erfolg der Organisation ist deshalb der, hier gezeigt zu haben, wie trotzdem in der Interessenvertretung auch Raum für die Einzelpersönlichkeit ist. Denn die berufsfachliche und berufsständische Gemeinschaftsarbeit wird immer die vornehmste bleiben, auch wenn sie sich nicht immer mit klingender Münze lohnt. Aber jede Gemeinschaftsarbeit, die von dem rechten

38) Verband Deutscher Wäschegeschäfte und Wäschehersteller, Jahrbuch 1926, S. 10.

Geist durchdrungen ist, kann und wird sich hundertfach betätigen; darin liegt aber die große Entwicklung, die der Organisationsgedanke anzubahnen imstande ist.

2. Die Anerkennung und das Ansehen des deutschen Einzelhandels.

Darüber hinaus ruht noch eine weitere Kraft in dem Organisationsgedanken. Hat bisher schon das ganze System der Interessenvertretung dazu beigetragen, daß dadurch der Einzelhandelsstand sich Anerkennung und Ansehen im öffentlichen Leben errungen hat, so ist es wieder der Zusammenschlußgedanke, der auch in Zukunft für die Bedeutung des Einzelhandels maßgebend sein wird. Denn jeder Einfluß auf die Gestaltung der Wirtschaftsform wird auch später durch die Verbände bedingt werden, die dann in dieser Richtung hin mitarbeiten werden oder sich dagegen wehren.

In der heutigen Zeit fällt ihnen aber die viel größere Aufgabe zu, auf Grund ihrer allgemein anerkannten Stellung für eine verantwortungsvolle Politik des Einzelhandels zu sorgen. Wenn es heute bald keinen Ausschuß und keine Kammer gibt, in der nicht der Einzelhandel einen Berufsangehörigen als offiziellen Vertreter sitzen hat, so ist dies zwar ein Zeichen dafür, was dieser Berufsstand für ein Ansehen genießt, aber es muß seine Pflicht sein, der Allgemeinheit durch aktive Mitarbeit zu nützen. Denn dann würde das Ziel, das heute der Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels vorschwebt, nicht nur ein erstrebenswertes Ideal sein, nämlich: den Einzelhandel zur aktiven Selbsthilfe und zur Gemeinschaftsarbeit im Staatsganzen zu erziehen!, sondern sogar beginnen bereits segensreich zu werden. Es wäre dies dann das vornehmste Kennzeichen für die Arbeit der Interessenvertretung des deutschen Einzelhandels, der schon einmal mit den Worten Anerkennung gezollt worden ist:

> „Diese Regsamkeit im Einzelhandel ist zweifellos ein Verdienst seiner Verbände. Wenn in irgendeinem Wirtschaftszweig der Zusammenschluß notwendig ist, um sich Geltung zu verschaffen und um den gemeinsamen Fortschritt zu sichern, so gilt dies vom Einzelhandel, der bei seiner großen Zahl und Vielgestaltigkeit anders gar nicht erfaßbar ist“ [39]).

39) Ansprache des Herrn preußischen Handelsministers Dr. Schreiber am 12. Oktober 1927 in Berlin.

Anlage.

Verzeichnis

der Mitglieder der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels e. V.

Gruppe 1

(Handel mit Nahrungsmitteln)

1. Rekofei (Reichsverband Deutscher Kaufleute des Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmittel-Einzelhandels e. V.	Berlin W 10 Regentenstraße
2. „Edeka“ Verband deutscher kaufmännischer Genossenschaften E. V.	Berlin - Wilmersdorf
3. Reichsverband Deutscher Lebensmittel-Filialbetriebe E. V.	Frankfurt a. M. Stiftstraße 6
4. Reichsverband Deutscher Feinkostkaufleute E. V. (Fachvertretung seit 1905)	Berlin NW 7 Mittelstraße 39
5. Verein Berliner Butterkaufleute E. V.	Berlin W 66 Wilhelmstraße
6. Reichsverband der Schokoladengeschäftsinhaber Deutschlands E. V.	Berlin N 54
7. Verband Deutscher Kaufleute des Wild- und Geflügelhandels E. V.	Berlin N 57
8. Zentralverband der Weinhändler Norddeutschlands E. V.	Berlin SW 11 KöniggrätzerStr. 28
9. Reichsverband Deutscher Milchhändlervereine	Berlin C 2

Gruppe 2

(Handel mit Bekleidungsgegenständen)

1. Reichsbund des Textileinzelhandels E. V.	Berlin W 56 Markgrafenstraße
2. Reichsverband für Herren- und Knabenkleidung E. V.	Düsseldorf Charlottenstraße
3. Reichsverband für Damen- und Mädchenkleidung E. V.	Berlin W 56 Markgrafenstraße
4. Verband Deutscher Wäschegeschäfte und Wäscheherstellter E. V.	Berlin C 2 Klosterstraße
5. Reichsverband Deutscher Herrenausstattungsgeschäfte E. V.	Berlin C 2 Brüderstraße
6. Reichsverband der Putzeinzelhandelsvereinigungen Deutschlands E. V.	Berlin - Wilmersdorf
7. Reichsverband deutscher Hutgeschäfte E. V.	Berlin S 14 Kommandantenstr.

Gruppe 3

(Übrige Reichsfachverbände)

1. Reichsverband Deutscher Schuhhändler E. V.	Erfurt, Steigerstr.
2. Reichsverband Deutscher Lederhändler E. V.	Berlin W 30

3.	Centralverband Deutscher Luxus- und Galanteriewaren-geschäfte E. V. (Reichsverband Deutscher Lederwaren-geschäfte e. V.)	Frankfurt a. M. Niedenau 69
4.	Deutscher Möbelfachverband E. V.	Berlin Anhaltstraße 12
5.	Verband Deutscher Eisenwarenhändler E. V.	Berlin NW 7
6.	Reichsverband Deutscher Spezialgeschäfte in Porzellan, Glas, Haus- und Küchengeräten E. V.	Berlin W 9
7.	Verband des Beleuchtungs- und Elektroeinzelhandels Deutschlands E. V.	Berlin N 24
8.	Centralverband der Kohlenhändler Deutschlands E. V.	Berlin W 62 Wichmannstraße
9.	Deutscher Drogistenverband E. V.	Berlin SW 11
10.	Reichsverband des Deutschen Seifenhandels und verwandter Zweige E. V.	Berlin SW 61
11.	Reichsbund Deutscher Papier- und Schreibwarenhändler E. V.	Berlin SW 61
12.	Börsenverein der Deutschen Buchhändler E. V.	Leipzig
13.	Deutsche Buchhändlergilde	Berlin N 24
14.	Reichsverband Deutscher Juweliere, Gold- und Silber-schmiede E. V.	Berlin W
15.	Zentralverband der Deutschen Uhrmacher E. V.	Halle a. d. S.
16.	Hauptverband der Deutschen Optikervereinigungen E. V.	Dresden-A.
17.	Reichsverband Deutscher Funkhändler	Berlin W 15
18.	Verband Deutscher Blumengeschäftsinhaber E. V.	Berlin W 10
19.	Verband Deutscher Nähmaschinenhändler E. V.	Hamburg
20.	Reichsverband des Büromaschinen- und Büromittelhandels	Berlin W 62
21.	Reichsverband des Landmaschinenhandels E. V.	Berlin W 9
22.	Reichsverband Deutscher Mechaniker E. V.	Bremen
23.	Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und Gewerbes	Berlin W 57
24.	Hauptverein Deutscher Tapetenhändler E. V.	Frankfurt a. M.
25.	Deutscher Zigarrenhändler-Bund E. V.	Berlin N 54
26.	Verband Deutscher Zigarren-Ladeninhaber e. V.	Hamburg 36
27.	Deutscher Apotheker-Verein	Berlin NW 87
28.	Verband Deutscher Zigarrenspezialgeschäfte E. V.	Berlin-Grunewald
29.	Reichsbund der Deutschen Kürschner E. V.	Leipzig
30.	Deutscher Photo- und Kinohändlerbund	Berlin W 35
31.	Reichsverband Deutscher Sportgeschäfte	Berlin S 42
32.	Verband Deutscher Motorrad-Händler E. V.	Berlin W 57

Gruppe 4

(Andere Reichsverbände)

1.	Verband deutscher Waren- und Kaufhäuser E. V.	Berlin W 35
2.	Nord & Süd Einkaufsgenossenschaft e.G.m.b.H.	Berlin SW 68

3.	Nürnbergerbund, Großeinkaufsverband e.G.m.b.H., Nürn-berg-Essen-Berlin	Nürnberg
4.	Reichsverband des kreditgebenden Einzelhandels	Berlin W 8
5.	Verband der Handelsschutz- und Rabattsparvereine Deutschlands	Hannover

Gruppe 5

(Landes- und Bezirksverbände, Provinzial-Verbände)

1.	Verband selbständiger Kaufleute Ostdeutschlands E. V.	Elbing
2.	Landesverband des Brandenburgischen Einzelhandels	Cottbus
3.	Einzelhandelsgemeinschaft Groß-Berlin	Berlin W 66
4.	Verband Berliner Spezialgeschäfte	Berlin W 8
5.	Arbeitgeberverband im Einzelhandel Groß-Berlin	Berlin W 35
6.	Landesverband des Schlesischen Einzelhandels E. V.	Breslau
7.	Kaufmannschaft des Einzelhandels im Handelskammer-bezirk Flensburg E. V.	Flensburg
8.	Einzelhandelsbund Niedersachsen	Hannover
9.	Landesverband ostfriesischer Einzelhändler E. V.	Emden
10.	Einzelhandelsverband für Rheinland und Westfalen E. V.	Köln a. Rh.
11.	Einzelhandelsverband für Hessen, Waldeck und Nachbar-gebiete	Kassel
12.	Verein des Einzelhandels von Frankfurt a. M. E. V.	Frankfurt a. M.
13.	Einzelhandelsverband der Provinz Sachsen, Handels-kammerbezirke Magdeburg-Halberstadt	Magdeburg
14.	Landesverband des Einzelhandels für den Industrie- und Handelskammerbezirk Halle	Zeitz
15.	Arbeitsgemeinschaft des Bayerischen Einzelhandels E. V.	München
16.	Handelsschutzverband der Pfalz E. V.	Neustadt a. d. H.
17.	Sächsische Einzelhandelsgemeinschaft	Dresden
18.	Leipziger Verband des Einzelhandels	Leipzig
19.	Arbeitsgemeinschaft des Württembergischen Einzelhandels	Stuttgart
20.	Landeszentrale des Badischen Einzelhandels E. V.	Karlsruhe
21.	Einzelhandelsverband Thüringen E. V.	Weimar
22.	Landesverband des Hessischen Einzelhandels e. V.	Darmstadt
23.	Arbeitsgemeinschaft des Einzelhandels Groß-Hamburg	Hamburg
24.	Landesverband des Bremischen Einzelhandels	Bremen
25.	Verband Lübeckischer Einzelhandelsvereine	Lübeck
26.	Einzelhandelsverband Königsberg i. Pr. E. V.	Königsberg i. Pr.

Gruppe 6

(Amtliche Berufsvertretungen)

1.	Detailliſtenkammer	Hamburg
2.	Industrie- und Handelskammer Breslau	Breslau
3.	Industrie- und Handelskammer zu Hirschberg	Hirschberg
4.	Industrie- und Handelskammer Cottbus	Cottbus

5. Industrie- und Handelskammer Harburg	Harburg
6. Industrie- und Handelskammer für das südöstliche Westfalen	Arnsberg i. Westf.
7. Industrie- und Handelskammer zu Essen	Essen
8. Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf	Düsseldorf
9. Industrie- und Handelskammer Stolberg	Stolberg i. Rhld.
10. Industrie- und Handelskammer Frankfurt a. M.-Hanau	Frankfurt a. M.
11. Industrie- und Handelskammer für die Kreise Karlsruhe und Baden	Karlsruhe
12. Industrie- und Handelskammer zu Osnabrück	Osnabrück
13. Industrie- und Handelskammer für das nördliche Niederschlesien	Sagan
14. Industrie- und Handelskammer zu Krefeld	Krefeld
15. Industrie- und Handelskammer Hagen i. Westf.	Hagen i. Westf.
16. Industrie- und Handelskammer zu Wiesbaden	Wiesbaden
17. Industrie- und Handelskammer zu Liegnitz	Liegnitz
18. Industrie- und Handelskammer zu Nürnberg	Nürnberg
19. Industrie- und Handelskammer zu Köln	Köln
20. Industrie- und Handelskammer zu München-Gladbach	München-Gladbach
21. Industrie- und Handelskammer zu Kiel	Kiel
22. Industrie- und Handelskammer zu Bonn	Bonn
23. Industrie- und Handelskammer für die Provinz Oberschlesien	Oppeln
24. Handelskammer für den Kreis Offenburg	Lahr i. B.
25. Industrie- und Handelskammer zu Altona	Altona
26. Industrie- und Handelskammer zu Neuß	Neuß
27. Handelskammer für die Kreise Heidelberg und Mosbach	Heidelberg
28. Industrie- und Handelskammer Münster	Münster i. Westf.
29. Handelskammer für den Kreis Konstanz	Konstanz
30. Handelskammer für den Kreis Mannheim	Mannheim
31. Industrie- und Handelskammer Aachen	Aachen
32. Handelskammer für die Kreise Lörrach und Waldhut zu Schopfheim	Schopfheim
33. Oldenburgische Industrie- und Handelskammer für die Landesteile Oldenburg und Lübeck	Oldenburg
34. Kleinhandelskammer zu Bremen	Bremen
35. Industrie- und Handelskammer für die preußische Oberlausitz zu Görlitz	Görlitz
36. Industrie- und Handelskammer Ludwigshafen a. Rh.	Ludwigshafen
37. Industrie- und Handelskammer Augsburg	Augsburg
38. Industrie- und Handelskammer zu Königsberg i. Pr.	Königsberg i. Pr.
39. Industrie- und Handelskammer für Ostfriesland und Papenburg	Emden
40. Ostthüringische Industrie- und Handelskammer	Gera
41. Mittelthüringische Industrie- und Handelskammer	Weimar

Literatur.

Cassel, Gustav: Theoretische Sozialökonomik.

Esch, Theodor: Die Interessenvertretungen des Lebensmitteleinzelhandels. Diss. Münster 1926.

Geithe, Hans: Wirkungen der Lebensmittelzwangswirtschaft der Kriegs- und Nachkriegszeit auf den Lebensmitteleinzelhandel. Diss. Halle 1926.

Findeisen, F.: „Absatztheorie" i. d. Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Jahrg. 2, 1925.

Grünfeld, Heinrich: Der Einzelhandel. Berlin 1922.

Hentschel, Edgar: Betriebsverhältnisse und Preisverhältnisse im Einzelhandel. Berlin 1928.

Hofmann, J. G.: Die Befugnis zum Gewerbebetriebe. Berlin 1841.

Hirsch: Der Kettenhandel als Kriegserscheinung. Berlin 1917.

— Grundriß der Sozialökonomik, Abt. 5/2. Tübingen 1925.

Esser: Der deutsche Einzelhandel in Staat und Wirtschaft. Düsseldorf 1926.

Kandeler: Die Stellung der Berufsverbände im öffentlichen Recht. Berlin 1927.

Lampe: „Einzelhandel" im Handw. d. Staatsw., 4. Aufl., Bd. 3.

Lexis-Rathgen: „Handelspolitik" im Handw. d. Staatsw., 4. Aufl.

Mohl, M.: Privatenquete über Gewerbefreiheit und Hausierhandel. Stuttgart 1882.

Stedtfeldt, Ernst: Die deutschen Händlerrabattsparvereine und ihre Einwirkung auf die Lage des Kleinhandels. Diss. Münster 1926.

Trier, H.: Die Organisation des Kolonialwarenkleinhandels. Köln 1926.

Wernicke: Kapitalismus und Mittelstandspolitik. Jena 1922.

Handbuch wirtschaftlicher Verbände. Berlin 1927.

Gegenwartsfragen des Einzelhandels I. Berlin 1928.

Gegenwartsfragen des Einzelhandels II. Berlin 1929.

Zeitungen, Zeitschriften.

Jahres- und Sitzungsberichte.

Lebenslauf.

Am 27. April 1903 wurde ich, Fritz Kublanck, als der Sohn des Uhrmachers Oskar Wilhelm Kublanck und seiner Ehefrau Martha geb. Heyne zu Weimar geboren. Nach Ablegung der Reifeprüfung Ostern 1922 am Realgymnasium zu Weimar war ich ein Jahr als Volontär bei der Allgemeinen Transportgesellschaft vorm. Gondrand & Mangili m. b. H., Filiale Erfurt, und ein weiteres Jahr bei der Thüringischen Bankkommandite Oeser, Rohrbach, Stepan & Co. in Weimar tätig. Ostern 1924 bezog ich die Technische Hochschule zu Dresden und hierauf im Sommersemester 1925 die Thüringische Landesuniversität Jena, um Rechts- und Wirtschaftswissenschaften zu studieren. Anfang Sommersemester 1927 bestand ich mein Examen als Diplomvolkswirt und nach praktischer Tätigkeit in der wirtschaftlichen Interessenvertretung am 19. Dezember 1929 meine staatswissenschaftliche Doktorprüfung. Seitdem bin ich Geschäftsführer des Mitteldeutschen Handwerkerbundes Kreisverband Gardelegen.

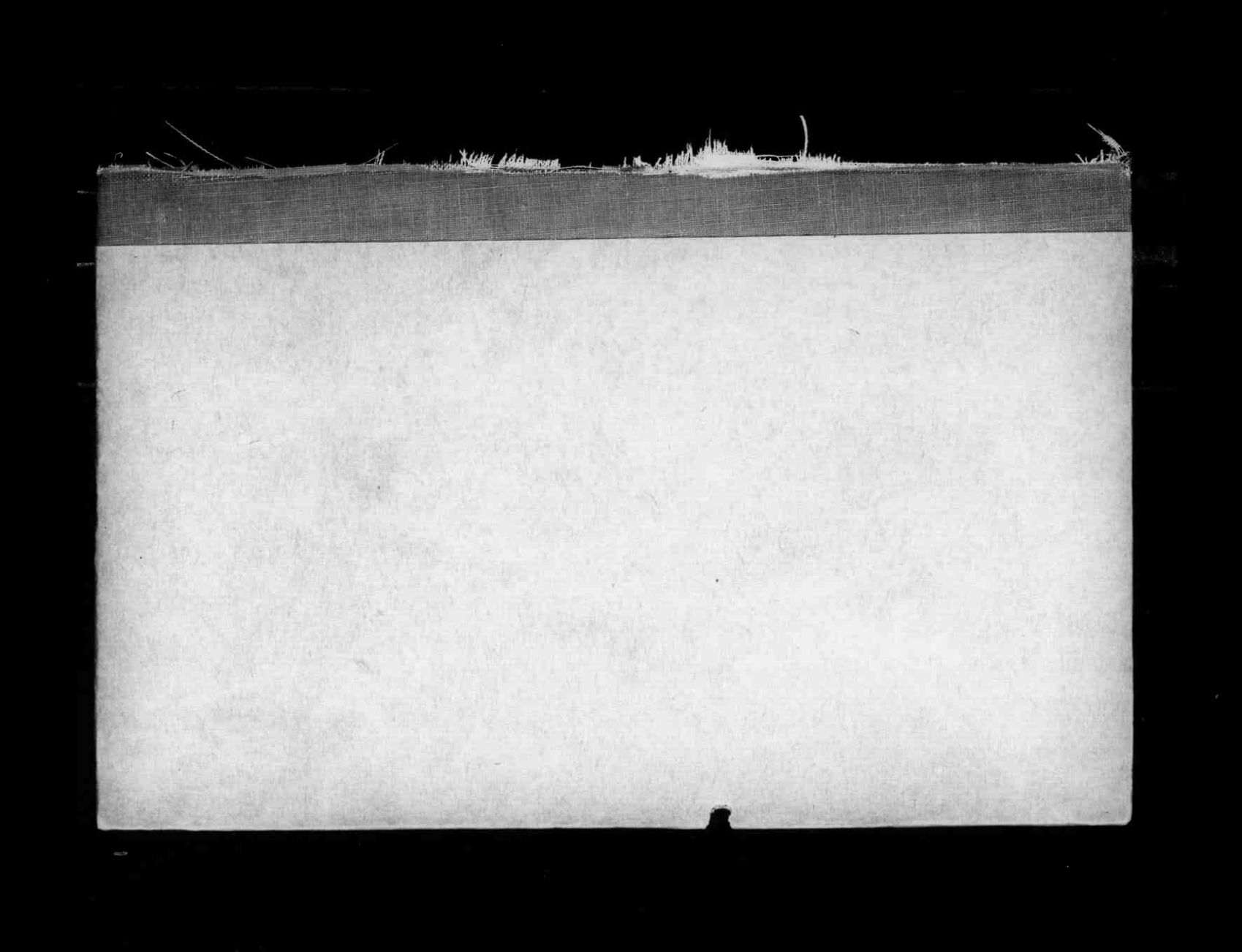
Meinen hochverehrten Lehrern, insbesondere Herrn Prof. Dr. C. v. Dietze, in dessen Seminar die vorliegende Arbeit angefertigt wurde, sage ich für die freundliche Unterstützung meinen verbindlichsten Dank.

Date Due

D254.5 K95
Kublanck, J.
Interessenvertretung"

COLUMBIA UNIVERSITY LIBRARIES
0044259875

MSH 01558
NEH APR 26 1994
APR 15 1932



END OF
TITLE